



Plano Diretor de Turismo ITU

São Paulo
2015

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Governador

Geraldo Alckmin

Secretário Estadual de Turismo

Roberto de Lucena

Diretor do Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias (DADE)

Adalberto Ferreira da Silva

PREFEITURA DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE ITU

Prefeito

Antonio Luiz Carvalho Gomes (Tuíze)

Vice-Prefeito

Alcides Beluci Neto

Secretária de Planejamento

Shirley de Carvalho Dantas

ASSOCIAÇÃO PRÓ-DESENVOLVIMENTO DO TURISMO REGIONAL (PROTUR)

Presidente

Maria Sofia Vidigal Pacheco e Silva

Vice-Presidente

Wagner Fioravante

Diretora-Superintendente

Patrícia Casseli

Ágere Hotelaria e Turismo

Coordenação Geral

Daniel dos Santos Brondi

Coordenação Técnica

Gleice Regina Guerra

Equipe Técnica

Marta Poggi e Borges

Ulysses Ahuali

Thais Spiezzi Rinaldi

Aline Alves Silva

APRESENTAÇÃO

Este trabalho foi feito em atendimento ao termo de referência (TdR) da Secretaria de Planejamento de Itu (SEPLAN), por meio de convênio de parceria firmado com a Associação Pró-Desenvolvimento do Turismo Regional (PROTUR), para elaboração do Plano Diretor de Turismo (PDT) de Itu/ SP. O TdR previa quatro fases para a execução dos trabalhos, correspondentes a quatro produtos: produto 1 (P1), Plano de Trabalho (planejamento operacional da pesquisa e logístico); produto 2 (P2), Levantamentos (inventário); produto 3 (P3), Diagnóstico; produto 4 (P4), Projetos e Ações. O inventário elaborado pela PROTUR foi utilizado como fonte.

O P1, Plano de Trabalho, que teve sua terceira versão aprovada, previu o desenvolvimento de sete eixos: (1) elaborar proposta conceitual de requalificação urbana do Centro Histórico de Itu; (2) desenvolver o sentimento de pertencimento na população, visando a apropriação das riquezas naturais e culturais; (3) envolver a população na atividade turística com geração de trabalho e renda; (4) regionalizar os esforços de desenvolvimento do turismo no Roteiro dos Bandeirantes; (5) criar sinergia entre as principais instituições de fomento ao turismo; (6) promover e divulgar os atrativos turísticos de Itu; e (7) alinhar o desenvolvimento turístico e o Plano Diretor da cidade. Também foram estabelecidas no P1 a metodologia e as etapas de trabalho de cada eixo, de acordo com o Apêndice A.

No P2, foram feitas pesquisas, entrevistas e levantamentos secundários e de campo, com o objetivo de compilar informações para apoiar as propostas do trabalho final (P4). Elaborado durante o período de janeiro e fevereiro de 2015, foram examinadas fontes de dados oficiais do município, como estudos já existentes das secretarias de Educação, Turismo e Promoção e Desenvolvimento Social. Além disso, foram realizadas 17 entrevistas com atores-chave das secretarias mencionadas, além da Administração Regional do Pirapitingui, Fundo Social de Solidariedade, Escola de Formação do Servidor Público Municipal, Instituto Legislativo do Itu, PROTUR, Clubes de Mães, Associação dos Moradores do Portal do Éden e gestores responsáveis pelo turismo nos municípios de Araçariguama, Cabreúva, Itu, Salto, Pirapora do Bom Jesus, Porto Feliz, Santana de Paranaíba, São Roque e Tietê. Os trabalhos de campo ocorreram durante dez visitas ao município, além de visitas a Porto Feliz e Salto.

O P3, Diagnóstico, além de apresentar algumas pesquisas e entrevistas adicionais, consistiu, principalmente, na análise do material coletado.

Em seguida, foram realizadas três oficinas para discutir os resultados e elencar os projetos prioritários para o turismo ituano, durante o mês de junho de 2015, tendo sido convidados os principais atores relacionados com os eixos de trabalho. No total, as oficinas mobilizaram seis pessoas da equipe e contou com a presença de 63 participantes.

Este é o relatório final do trabalho (P4), que apresenta, além das etapas anteriores, as recomendações de projetos, estudos e ações.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
PARTE I – A SITUAÇÃO.....	2
1 EIXO 1: Requalificação urbana do Centro Histórico.....	5
1.1 Metodologia	6
1.2 Inserção territorial	7
1.2.1 Informações territoriais municipais	7
1.2.2 Inserção do Centro Histórico no município	11
1.2.3 Serviços públicos e infraestruturas	13
1.2.4 Bens de valor histórico e arquitetônico e sua inserção no Centro Histórico	24
1.3 Planos e projetos	28
1.3.1 Planos municipais de ordenamento territorial.....	28
1.3.2 Planos, projetos e obras em andamento ou previstos de melhorias de infraestruturas	33
1.4 <i>Benchmarking</i> de transformação e requalificação de centro histórico	37
2 EIXO 2: Pertencimento da população e riquezas naturais e culturais	43
2.1 Metodologia	44
2.2 Caracterização.....	44
2.2.1 Crianças e jovens.....	45
2.2.2 População em geral	46
2.2.3 Servidores públicos.....	49
2.3 Públicos-alvo	50
3 EIXO 3: Envolvimento da população e geração de trabalho e renda	52
3.1 Metodologia	52
3.2 Caracterização.....	53
3.2.1 Ações em curso	55
3.2.2 Sugestões levantadas.....	59
3.2.3 <i>Souvenirs</i> : novos produtos	61
4 EIXO 4: Desenvolvimento do Roteiro dos Bandeirantes	63
4.1 Metodologia	63
4.2 Caracterização.....	64
4.2.1 Roteiro dos Bandeirantes	66
4.2.2 Cidades do Roteiro dos Bandeirantes	68
4.3 Análise do Roteiro dos Bandeirantes	80
5 EIXO 5: Sinergia entre as principais instituições de turismo	83
5.1 Metodologia	83
5.2 Competências institucionais do setor de turismo.....	84
5.2.1 Níveis de governança	85
5.2.2 Instâncias de governança	87
5.3 Instituições de Itu	88

5.4	Benchmarking: competências institucionais recomendáveis	94
5.4.1	Socorro.....	95
5.4.2	Brotas.....	97
6	EIXO 6: Promoção e divulgação da oferta turística.....	99
6.1	Metodologia	99
6.2	Demanda potencial.....	100
6.2.1	Aspectos gerais.....	100
6.2.2	Análise e interpretação dos dados.....	106
7	EIXO 7: Alinhamento com Plano Diretor de Itu	110
7.1	Metodologia	110
7.2	Plano Diretor de Itu.....	110
	PARTE II – AS ESCOLHAS	116
1	Oficina 1 – Eixo 6.....	117
2	Oficina 2 – Eixo 2.....	127
3	Oficina 3 – Eixo 4.....	136
	PARTE III – OS PROJETOS	145
1	Requalificação do Centro Histórico: diretrizes gerais	150
1.1	Uso e ocupação do solo.....	152
1.1.1	Manutenção do uso residencial atual e coexistência com usos não residenciais	152
1.1.2	Incentivo aos usos relacionados à atividade turística.....	153
1.1.3	Inclusão de incentivos ambientais na LPUOS.....	153
1.1.4	Definição de percentual dos recursos de outorga onerosa para viabilizar intervenções.....	154
1.2	Paisagem urbana.....	156
1.2.1	Preservação do patrimônio edificado.....	156
1.2.2	Redução da poluição visual	157
1.2.3	Requalificação das áreas públicas	157
1.3	Mobilidade e acessibilidade	159
1.3.1	Reordenamento do tráfego de automóveis e transporte público.....	159
2	Produto turístico	163
2.1	Cultura e educação.....	163
2.1.1	Resgate de tradições culturais.....	164
2.1.2	Atividades culturais	165
2.1.3	Banda na Praça	166
2.1.4	Educação para crianças e jovens.....	167
2.1.5	Educação para adultos	168
2.2	Gastronomia	169
2.2.1	Gastronomia típica	170
2.2.2	Gastronomia do exagero	171
2.2.3	Evento gastronômico	172
2.2.4	Cooperação de empreendedores de gastronomia	173
2.3	Itu à noite.....	174
2.3.1	Roteiro turístico noturno.....	174
2.4	Itu para ituanos	175

2.4.1	Itu com graça	176
2.4.2	Itu para servidores públicos	177
2.4.3	Itu para crianças e jovens	178
2.4.4	Itu nos bairros	179
2.5	<i>Souvenirs</i> de Itu	180
2.6	Calendário anual de eventos	181
3	Promoção	182
3.1	Identidade de Itu	183
3.2	Itu digital	184
3.3	Divulgação de vídeo institucional	187
3.4	Públicos específicos	188
3.4.1	Comunicação para turista religioso.....	189
3.4.2	Comunicação com condomínios.....	190
3.4.3	Comunicação com comércio e serviços	191
3.4.4	Comunicação com ituano	192
PARTE IV – A GOVERNANÇA		193
1	Plano Diretor.....	193
2	Atores e instituições.....	204
REFERÊNCIAS.....		208
APÊNDICES		213
ANEXOS.....		225

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Centro Histórico.....	6
Figura 2 – Área urbana e rural de Itu	7
Figura 3 – População total, 1991 a 2014.....	8
Figura 4 – Grau de urbanização, Itu e estado de São Paulo, 1980 a 2010	8
Figura 5 – Densidade demográfica, Itu e estado de São Paulo, 1980 a 2014.....	9
Figura 6 – Domicílios particulares permanentes, Itu	9
Figura 7 – Domicílios particulares permanentes ocupados, Itu	10
Figura 8 – Domicílios particulares permanentes ocupados, região central de Itu	10
Figura 9 – Domicílios particulares permanentes não ocupados, região central de Itu	11
Figura 10 – Pirâmide etária da população de Itu	11
Figura 11 – Localização do Centro Histórico	13
Figura 12 – Domicílios particulares permanente atendidos por rede pública de abastecimento de água	14
Figura 13 – Domicílios particulares permanentes atendidos por rede pública de coleta e afastamento de esgoto.....	15
Figura 14 – Domicílios particulares atendidos por rede pública de energia elétrica.....	16
Figura 15 – Aspecto visual fiação no Centro Histórico.....	16
Figura 16 – Foto aérea de Itu (sem data de voo).....	17
Figura 17 – Pavimentação em paralelepípedo do início do século XX.....	18
Figura 18 – Pavimentação atual.....	18
Figura 19 – Espelho d'água da Praça da Independência	19
Figura 20 – Mapa das áreas livres / praças	19
Figura 21 – Praças, aspectos de conservação	20
Figura 22 – Tipo de veículos	21
Figura 23 – Carregamento de tráfego no sistema viário, zoom 1	21
Figura 24 – Carregamento de tráfego no sistema viário, zoom 2	22
Figura 25 – Rua dos Andradas.....	22
Figura 26 – Tráfego local.....	23
Figura 27 – Número de imóveis tombados, por endereço principal.....	24
Figura 28 – Patrimônio histórico: localização	25
Figura 29 – Classificação de bens tombados por uso	27
Figura 30 – Classificação dos bens tombados por grau de conservação.....	28
Figura 31 – Macrozonas de urbanização I e II (destaque para Macrozona I)	29
Figura 32 – Zoneamento vigente, sede.....	32
Figura 33 – Mapa da rede ferroviária paulista no século XIX, com destaque para o trecho Itu/Salto	33
Figura 34 – Localização da antiga estação de trem do Itu	34
Figura 35 – Estação de Ytu, edifício original recebendo a chegada do Presidente do Estado de São Paulo, 1906.....	35
Figura 36 – Atual prédio da Estação de Itu, 2013	35
Figura 37 – Projeto discutido com o conselho gestor durante audiência pública, novembro de 2013	36
Figura 38 – Patrimônio edificado de Santana do Parnaíba por grau de preservação	38
Figura 39 – Proposta de requalificação de Santana de Parnaíba (1)	39
Figura 40 – Proposta de requalificação de Santana de Parnaíba (2)	39
Figura 41 – Proposta de requalificação de Santana de Parnaíba (3)	40
Figura 42 – Instalações da ETEC.....	46
Figura 43 – Visita de crianças ao Museu da Música.....	49
Figura 44 – Centro Administrativo Regional “Maria das Dores Tasca Mendes”	53
Figura 45 – Reunião no Gabinete do Prefeito.....	54
Figura 46 – Exposição de <i>souvenirs</i> na loja Moby Dick.....	55
Figura 47 – Centro de Capacitação Profissional.....	57
Figura 48 – Parque Ecológico Taboão	60
Figura 49 – <i>Souvenir</i> com referência ao patrimônio histórico	61
Figura 50 – Sacolas de material reciclado comercializadas na Brasil Kirin	62

Figura 51 – Site do Roteiro dos Bandeirantes	64
Figura 52 – Site do Roteiro dos Bandeirantes, página de Itu	65
Figura 53 – Roteiro dos Bandeirantes, localização	66
Figura 54 – Roteiro dos Bandeirantes, malha rodoviária de acesso	67
Figura 55 – Malha ferroviária.....	69
Figura 56 – Unidades de conservação estaduais	70
Figura 57 – Quartel de Itu.....	71
Figura 58 – Araçariçuama, Igreja Matriz	72
Figura 59 – Cabreúva, Centro Budista Kadampa	73
Figura 60 – Pirapora do Bom Jesus, vista aérea	74
Figura 61 – Porto Feliz, encenação durante Semana das Monções	76
Figura 62 – Salto, cachoeira.....	77
Figura 63 – Santana de Paranaíba, casarões históricos	78
Figura 64 – São Roque, mapa do Roteiro do Vinho, Gastronomia e Lazer.....	79
Figura 65 – Tietê, vista aérea.....	80
Figura 66 – Níveis de governança.....	85
Figura 67 – Modelo de convite para oficinas.....	116
Figura 68 – Pré-diagnóstico	117
Figura 69 – Oficina 1, lista de presença	118
Figura 70 – Oficina 1, participantes.....	118
Figura 71 – Oficina 1, objetivos e metodologia do eixo 6.....	119
Figura 72 – Oficina 1, resultados da pesquisa qualitativa de demanda do eixo 6.....	120
Figura 73 – Oficina 1, discussão de site e aplicativo do eixo 6.....	121
Figura 74 – Oficina 1, participantes realizando as atividades	122
Figura 75 – Oficina 1, primeira atividade.....	122
Figura 76 – Oficina 1, segunda atividade	124
Figura 77 – Oficina 1, segunda atividade	125
Figura 78 – Oficina 2, lista de presença	127
Figura 79 – Oficina 2, participantes.....	128
Figura 80 – Oficina 2, apresentação dos participantes	129
Figura 81 – Oficina 2, objetivo e metodologia do eixo 2	130
Figura 82 – Oficina 2, realização das atividades.....	131
Figura 83 – Oficina 2, primeira atividade.....	132
Figura 84 – Oficina 2, resultado da primeira atividade.....	133
Figura 85 – Oficina 2, segunda atividade	133
Figura 86 – Oficina 2, resultados da segunda atividade	135
Figura 87 – Oficina 3, lista de presença	136
Figura 88 – Oficina 3, participantes	137
Figura 89 – Oficina 3, objetivos e metodologia do eixo 4.....	137
Figura 90 – Oficina 3, Roteiro dos Bandeirantes	138
Figura 91 – Oficina 3, necessidades do Roteiro dos Bandeirantes	139
Figura 92 – Oficina 3, primeira atividade.....	139
Figura 93 – Oficina 3, material da primeira atividade	140
Figura 94 – Oficina 3, segunda atividade	141
Figura 95 – Oficina 3, material da segunda atividade	142
Figura 96 – Áreas de intervenção urbana	151
Figura 97 – Ilustração de requalificação dos espaços, com usos diversificados	153
Figura 98 – Plano de massas com diretrizes para uso e ocupação do solo.....	155
Figura 99 – Ilustração de requalificação de patrimônio edificado, com uso turístico-cultural, adotando linguagem arquitetônica contemporânea.....	156
Figura 100 – Ilustração de requalificação urbana, com destaque para a arborização e a redução da poluição visual.....	157
Figura 101 – Plano de massas com cotas ambientais, projeto de arborização, requalificação de calçadas e perímetro de controle da poluição visual.....	158
Figura 102 – Plano de massas com diretrizes de mobilidade.....	160
Figura 103 – Plano de massas, modal cicloviário	161
Figura 104 – Ilustração de requalificação urbana, com destaque para a requalificação de espaços públicos e a integração do modal cicloviário	162
Figura 105 – Principais características das instituições de turismo, proposta.....	205
Figura 106 – Bosque Alceu Geribello, entrada	221

Figura 107 – Área de lazer	221
Figura 108 – Material para entrevista qualitativa	223
Figura 109 – Pesquisa Ibope, oportunidades do turismo.....	226
Figura 110 – Pesquisa Ibope, deficiências do turismo.....	227
Figura 111 – Pesquisa Ibope, turismo para os jovens	227
Figura 112 – Pesquisa Ibope, conclusões e recomendações.....	228
Figura 113 – PDT 2009, desafios.....	229
Figura 114 – PDT 2009, diretrizes.....	229
Figura 115 – PDT 2009, recomendações	230
Figura 116 – Plano de governo, propostas de turismo	231

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Sistemas isolados de abastecimento de água de Itu.....	14
Tabela 2 – Distância de Itu das demais cidades do Roteiro dos Bandeirantes	66
Tabela 3 – Oficina 1, avaliação	127
Tabela 4 – Oficina 2, avaliação	136
Tabela 5 – Oficina 3, avaliação	144
Tabela 6 – Premissas para locais para a pesquisa de demanda no estado de São Paulo..	219
Tabela 7 – Premissas para identificar local para a pesquisa de demanda na região administrativa de Campinas.....	220

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Ações em curso: Itu e crianças e jovens	45
Quadro 2 – Empreendimentos interessados	47
Quadro 3 – Públicos-alvo do Eixo 2	51
Quadro 4 – Ações em curso: geração de trabalho e renda	56
Quadro 5 – Cursos de turismo, hotelaria e gastronomia em Itu	58
Quadro 6 – Condições das vias de acesso rodoviário	67
Quadro 7 – Análise do Roteiro dos Bandeirantes	81
Quadro 8 – Competências dos grupos envolvidos com o desenvolvimento do turismo.....	86
Quadro 9 – Instâncias de governança.....	87
Quadro 10 – Secretarias municipais de Itu	88
Quadro 11 – Atos constitutivos e regulatórios das instituições de Itu	91
Quadro 12 – Regulamentação do FUMTUR	96
Quadro 13 – Entrevistas qualitativas de demanda, principais aspectos	103
Quadro 14 – Referências diretas ao turismo no Plano Diretor de Itu	111
Quadro 15 – Referências a áreas correlatas ao turismo no Plano Diretor de Itu	113
Quadro 16 – Oficina 1, resultado da primeira atividade	123
Quadro 17 – Oficina 1, resultado da segunda atividade	125
Quadro 18 – Oficina 2, resultado da primeira atividade	132
Quadro 19 – Oficina 2, resultados da segunda atividade	134
Quadro 20 – Oficina 3, resultado da segunda atividade	143
Quadro 21 – Síntese dos projetos.....	146
Quadro 22 – Modelo de apresentação de projetos	148
Quadro 23 – Diretrizes gerais para requalificação do Centro Histórico	152
Quadro 24 – Classificação do conteúdo do <i>site</i> e do aplicativo.....	186
Quadro 25 – Plano Diretor e Eixo 1: Requalificação urbana do Centro Histórico	194
Quadro 26 – Plano Diretor e Eixo 2: Pertencimento da população e riquezas.....	197
Quadro 27 – Plano Diretor e Eixo 3: Envolvimento da população e geração de trabalho e renda	200
Quadro 28 – Plano Diretor e Eixo 6: Promoção e divulgação dos atrativos turísticos.....	202
Quadro 29 – Responsáveis pelos projetos	205

LISTA DE SIGLAS

Abeta – Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura
Abraturr – Associação Brasileira de Turismo Rural
ABROTUR – Associação de Empresas de Turismo de Brotas e Região
ACERVIR – Associação das Cerâmicas Vermelhas de Itu e Região
ACE-Socorro – Associação Comercial e Empresarial de Socorro
ACIITU – Associação Comercial e Industrial de Itu
ANA – Agência Nacional das Águas
ANAC – Agência Nacional de Aviação Civil
APA – Área de proteção ambiental
APC – Associação Paulista dos *Campings*
APOEA – Associação Projeto Oficina Escola de Artes e Ofícios de Itu
ASTUR – Associação de Turismo Rural do Médio Tietê
AVIESP – Agentes de Viagens do Interior do Estado de São Paulo
CEUNSP – Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio
CITREM – Consórcio Intermunicipal do Trem Republicano
CNT – Confederação Nacional de Transporte
COMTUR – Conselho Municipal de Turismo
CONDEPHAAT – Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico
CONSABSCI – Conselho das Sociedades de Amigos de Bairros e da Cidade de Itu
CONSEG – Conselho Comunitário de Segurança
CRAS – Centro de Referência de Assistência Social
DER – Departamento de Estradas de Rodagem
EFOSP – Escola de Formação do Servidor Público Municipal
EJA – Ensino de jovens e adultos
ETA – Estação de tratamento de água
ETEC – Escola Técnica Estadual
FADITU – Faculdade de Direito de Itu
FUMTUR – Fundo Municipal de Turismo
IAB – Instituto de Arquitetos do Brasil
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
ILI – Instituto do Legislativo Ituano
INFRAERO – Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária
IPHAN – Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
ISS – Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza
LPUOS – Lei de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo
MMA – Ministério do Meio Ambiente
MTur – Ministério do Turismo
PAIF – Proteção e Atendimento Integral à Família
PDP – Plano Diretor Participativo
PDT – Plano de Desenvolvimento Turístico
PNT – Plano Nacional de Turismo
PPP – Parceria público-privada

PROTUR – Associação Pró-Desenvolvimento do Turismo Regional
PSD – Partido Social Democrático
PUE – Plano Urbanístico Específico
SACI – Sociedade Amigos da Cidade de Itu
SEADE – Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa
SECTUR – Secretaria de Turismo
SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SEPLAN – Secretaria de Planejamento de Itu
SESI – Serviço Social da Indústria
SIDRA – Sistema IBGE de Recuperação Automática
SINCOMÉRCIO – Sindicato do Comércio Varejista de Itu
SMA – Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo
SMMA – Secretaria Municipal de Meio Ambiente
SNIS – Sistema Nacional de Informações de Saneamento
SUTACO – Superintendência do Trabalho Artesanal nas Comunidades
TdR – Termo de Referência
UC – Unidade de conservação
UFSCar – Universidade Federal de São Carlos
UNICAMP – Universidade de Campinas
UNISEB – Universidade do Sistema Educacional Brasileiro
UNIT – Universidade do Trabalhador
UNOPAR – Universidade do Norte do Paraná
ZH – Zona Histórica
ZPH – Zona de Preservação Histórica

INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho foi delinear projetos prioritários de desenvolvimento turístico para a Estância Turística de Itu, que possam ser realizados em um horizonte de curto e médio prazos.

Foi feito um pré-diagnóstico em fontes primárias e secundárias a fim de definir eixos de investigação e de atuação. Sete eixos foram trabalhados, cujos levantamentos e análises são apresentados na Parte I deste documento. O inventário elaborado pela PROTUR foi usado como fonte deste trabalho.

As pesquisas e análises realizadas para cada eixo de trabalho (Parte I) serviram para identificar atores-chaves e muni-los de um conhecimento prévio a fim de que pudessem priorizar e definir projetos de investimento turístico. Isso foi feito por intermédio de três oficinas participativas, descritas na Parte II. Em especial, as oficinas discutiram o Eixo 2, Pertencimento da população e riquezas naturais e culturais; o Eixo 3, Envolvimento da população e geração de trabalho e renda; o Eixo 4, Desenvolvimento do Roteiro dos Bandeirantes; e o Eixo 6, Promoção e divulgação da oferta turística. Os projetos resultantes são apresentados na Parte III.

Os demais eixos de trabalho, por sua própria característica e pelos objetivos estabelecidos, derivaram projetos a partir de trabalhos de campo e de gabinete. É o caso do Eixo 1, Requalificação urbana do Centro Histórico, cujo estudo culmina em uma proposta conceitual de valorização do patrimônio na área central do município, também apresentada na Parte III deste documento.

Nos casos do Eixo 5, Sinergia entre as principais instituições de turismo, e do Eixo 7, Alinhamento com Plano Diretor de Itu, os resultados são apresentados na Parte IV, uma vez que se relacionam com a governança dos projetos apresentados na Parte III.

Com os 11 programas e 24 projetos (Parte III) e com a análise de governança do segmento turístico de Itu (Parte IV), espera-se que os primeiros passos sejam dados para que o município possa tirar maior proveito da atividade turística.

PARTE I – A SITUAÇÃO

Os eixos de trabalho foram definidos após algumas ações de pré-diagnóstico levadas a cabo pela equipe executora, que consistiram em:

- realização de reunião de partida no dia 27/08/14;
- análise da pesquisa qualitativa com população (IBOPE, 2008);
- exame do Plano de Desenvolvimento Turístico (PDT) 2009 (ÁGERE, 2009);
- consideração do Plano de Governo de Itu 2013-2016 (PLANO..., s.d.);
- reunião na Secretaria de Turismo, Lazer e Eventos em 08/09/14;
- entrevistas com atores-chave realizadas no período de 08 a 09/09/14;
- elaboração de pré-caracterização do município.

A reunião de partida contou com a presença de Shirley Dantas (Secretária de Planejamento), Allie Queiroz (Secretária de Cultura), Osmar Barbosa (Secretário de Turismo, Lazer e Eventos), Wagner Fioravante (Vice-Presidente da PROTUR), Regina Moreira (Diretora Financeira da PROTUR), Rita Arruda (Conselheira Fiscal da PROTUR) e equipe executora deste trabalho. A reunião foi presidida pela Secretaria de Planejamento. Foram analisadas as principais conclusões do PDT 2009. Algumas ações do município de Itu desde então, para o incentivo da atividade turística, foram relatadas, em especial as relacionadas com a Copa do Mundo, aproveitando sugestões do PDT 2009. O material audiovisual (ITU, PROTUR, SÃO PAULO, 2014) produzido para aquela ocasião foi passado e serviu de base para a discussão dos objetivos deste PDT. Foram identificadas as possíveis expectativas e objetivos para o novo PDT, ficando aprovada a intenção da equipe executora de realizar entrevistas individuais com os membros do Grupo Gestor de Turismo para preparar o Plano de Trabalho de forma a melhor atender às necessidades do município. Houve consenso entre os participantes de que este PDT não é um trabalho inicial nos estudos turísticos de Itu, motivo pelo qual existiu o entendimento de que pode representar uma oportunidade maior para o desenvolvimento do turismo em Itu se o enfoque empregado for de caráter mais estratégico, com objetivos estabelecidos a partir de levantamentos iniciais realizados para o primeiro produto.

A análise da pesquisa qualitativa com a população, denominada Turismo em Itu e realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE, 2008), abriu o debate sobre quais caminhos devem ser seguidos pelo município sob a perspectiva da população ituana, ao indicar a visão presente e almejada pelos grupos participantes da pesquisa (jovens e adultos ligados ou não ao turismo). O estudo foi “realizado junto a lideranças econômicas e sociais [...] e segmentos da população com o principal objetivo de conhecer valores, expectativas e aspirações do ituano com relação à cidade de um modo geral e especificamente quanto à sua vocação turística”. Incluiu as seguintes temáticas: viver em Itu hoje; viver em Itu amanhã; autoimagem do ituano; vocações municipais; e fomento ao turismo. A metodologia empregada consistiu em entrevistas em profundidade com lideranças econômicas e sociais de Itu e discussões em grupo com representantes de segmentos da população, divididos em três grupos (jovens de 18 a 24 anos, classes B/ C que não trabalham diretamente com turismo; adultos de 25 a 45 anos, idem; trabalhadores ligados ao turismo). Algumas conclusões da pesquisa orientaram a definição dos eixos deste trabalho (Anexo A).

O exame do PDT 2009 (ÁGERE, 2009) serviu para rever os principais desafios, diretrizes e recomendações apontados (Anexo B). Para o trabalho, foram visitados e avaliados 35 meios de hospedagem, 18 agências de turismo, 106 estabelecimentos

de alimentos e bebidas, 32 empresas ligadas a eventos e pontos de informações turísticas. Foi feita uma pesquisa de demanda (por conveniência) com aplicação de 259 questionários e avaliados oito destinos considerados concorrentes por critérios específicos. Os 79 atrativos, divididos em quatro grupos (manifestações culturais, edificações urbanas, atrativos rurais e compras), foram classificados quanto à expressividade e o estado atual, resultando em situação mercadológica aproveitável, viável ou descartável. São poucos os dados disponíveis a respeito da evolução da atividade turística no município desde o PDT 2009.

O Plano de Governo em vigor em Itu (Anexo C) traz, entre suas propostas, a criação de um “Plano Municipal de Turismo”. Indica também a criação de um núcleo de pesquisas de turismo, a divulgação do destino e seus atrativos, ações na Estação Ferroviária e conclusão da ferrovia e ações de sensibilização para crianças, público em geral, comerciantes e prestadores de serviços e servidores municipais.

Na Secretaria de Turismo, Lazer e Eventos, a equipe executora foi atendida pelo Secretário Osmar Silveira Barbosa, o Diretor Benedito Ramos e o Turismólogo Fábio Grizoto, no dia 08/09/2014. Vários aspectos da gestão do turismo em Itu foram abordados, dentre os quais se destacam:

- a falta de articulação e parcerias entre as entidades públicas e privadas interessadas no desenvolvimento do turismo;
- a intenção de revitalização da Estrada-parque Rio Tietê e a licitação em curso para áreas de piquenique de parada de romeiros, com recursos do Ministério do Turismo (MTur);
- necessidade e ações já em curso para a implantação de um observatório de turismo, nominalmente uma palestra sobre o tema com uma professora da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e a confecção de um Termo de Referência preliminar;
- o consórcio com o município de Salto para o Trem Republicano e o projeto de reforma da Estação Ferroviária, com um evento programado para a Semana de Turismo;
- os avanços do turismo de Porto Feliz e de outras cidades vizinhas;
- o papel dos guias de turismo da Secretaria e o projeto de lei para isentar guias de turismo de imposto sobre serviço (ISS);
- a necessidade de atualização do *site* e de melhorias no aplicativo do município;
- a importância da imagem de exagero (Simplicio) e ideias para um melhor aproveitamento;
- as carências da população de Cidade Nova e as possibilidades de geração de emprego e renda pela atividade turística, com menção aos estabelecimentos turísticos localizados nas proximidades;
- a sensibilização da população para a importância da atividade e para a própria valorização dos atrativos e do município.

Muitos desses aspectos foram mencionados também nas entrevistas com os componentes do Grupo Gestor, considerados atores-chave, realizadas entre 08 e 09/09/2014. Dos 13 titulares, 9 foram entrevistados, além de um suplente e o presidente do grupo. As entrevistas foram abertas, estruturadas a princípio por algumas questões de interesse, mas com liberdade para adentrar em outros temas relevantes apontados pelo entrevistado. De um modo geral, os entrevistados julgam que as próximas etapas de desenvolvimento do turismo de Itu envolvem a organização sistemática dos resultados da atividade, a convergência para objetivos

comuns, o ordenamento de responsabilidades, o fomento ao empreendedorismo e à capacitação e o estabelecimento de parcerias. O Apêndice B mostra os principais pontos mencionados.

Por fim, também para a definição dos eixos de trabalho, foi feita uma pré-caracterização do município de Itu, a partir de fontes oficiais relevantes, como Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA), Departamento de Estradas de Rodagem (DER), Confederação Nacional de Transporte (CNT), Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (INFRAERO), Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), Aeroportos do Brasil, Ministério dos Transportes, Prefeitura da Estância Turística de Itu, Universidade de Campinas (UNICAMP), Ministério do Meio Ambiente (MMA), Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo (SMA) e Secretaria Municipal de Meio Ambiente (SMMA), Fundação do Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE) e Secretaria Municipal de Turismo, Lazer e Eventos. Este trabalho é abordado ao longo do desenvolvimento dos eixos.

A partir de todos os levantamentos prévios descritos, foram identificados sete eixos para orientar o trabalho e atuar como objetivos do PDT. Dos sete eixos, seis foram aprovados integralmente e um foi modificado por solicitação do contratante. O plano de trabalho foi dado como aprovado em 16/12/2014.

Portanto, a partir das informações coletadas e dos desdobramentos das ações de pré-diagnóstico, este capítulo aborda estudos para os seguintes eixos de desenvolvimento do turismo de Itu, apresentados a seguir:

- apresentar uma proposta conceitual de requalificação urbana do Centro Histórico;
- desenvolver o sentimento de pertencimento na população, visando a apropriação das riquezas naturais e culturais;
- envolver a população na atividade turística com geração de trabalho e renda;
- regionalizar os esforços de desenvolvimento do turismo no Roteiro dos Bandeirantes;
- criar sinergia entre as principais instituições de fomento ao turismo;
- promover e divulgar a oferta turística de Itu;
- alinhar o desenvolvimento turístico e o Plano Diretor da cidade.

Os capítulos seguintes tratam, separadamente, de cada um dos eixos.

1 EIXO 1: REQUALIFICAÇÃO URBANA DO CENTRO HISTÓRICO

A recuperação e qualificação de centros históricos urbanos são ações de fundamental importância no tocante ao desenvolvimento socioeconômico local, no sentido de ser parte importante na estruturação territorial e reafirmação de seu valor simbólico.

A Recomendação de Nairóbi, cunhada pela UNESCO em 1976, é a primeira Carta Patrimonial a considerar conjuntos e centros históricos, compatibilizando a preservação com as exigências contemporâneas e a importância dos apoios institucionais, que incluem as administrações municipais e locais, órgãos técnicos e da sociedade civil organizada. A primeira Carta Patrimonial a colocar o turismo cultural como meio pelo qual seria possível reverter a degradação de áreas históricas na América Latina e realizar a preservação efetiva do patrimônio edificado foi definida em 1967, conhecida como Normas de Quito. Essa Carta apresenta a vantagem social e econômica da implementação e desenvolvimento do turismo, principalmente constituindo fonte de renda para os locais, mas que, apesar do incentivo, alerta para o perigo que o turismo desenfreado possa causar a perda dos aspectos particulares, assim como a função social de todo monumento deve ser respeitada, tornando-o acessível. A Carta de Burra (1980) estabelece que, para a garantia da integridade do local, “a expressão uso compatível designará uma utilização que não implique mudança na significação cultural da substância, modificações que sejam substancialmente reversíveis ou que requeiram um impacto mínimo” (IPHAN, 2015). A Carta de Petrópolis, elaborada durante o 1º Seminário de Preservação e Revitalização de Centros Históricos, ocorrido em 1987 em Petrópolis/RJ, estabelece que, como organismos históricos, os espaços das cidades testemunham os fazeres culturais em suas diversas manifestações. As características multifuncionais dos centros históricos e suas relações com seus espaços públicos devem se sobrepor a exclusividades de usos, mesmo que culturais, preservando e abrigando as atividades cotidianas e de trabalho e geração de renda, fatores que contribuem para maior dinamismo socioeconômico e cultural, onde há manifestações da sociedade plural e heterogênea (IPHAN, 2015b).

Este eixo estuda o Centro Histórico de Itu (Figura 1) considerando aspectos históricos de formação do núcleo central, infraestruturas urbanas (saneamento, energia, sistema viário e de transportes) e planos e projetos governamentais ou da iniciativa privada quanto ao ordenamento territorial e a requalificação de espaços públicos e do acervo arquitetônico, com a finalidade de subsidiar a construção de um conjunto de diretrizes gerais para requalificação urbanística, apresentada no formato de um plano de massas.

Os itens a seguir descrevem a metodologia para o desenvolvimento deste eixo, as informações territoriais municipais relevantes, os resultados da visita de campo para a compreensão da dinâmica do Centro Histórico e, por fim, a proposta de requalificação.

Figura 1 – Centro Histórico



Fonte: Itu, 2006.

1.1 METODOLOGIA

Para a análise das informações territoriais municipais com foco no Centro Histórico, a proposta metodológica foi de levantar e analisar dados secundários sobre:

- situação dos serviços públicos e suas infraestruturas;
- planos, projetos e obras em andamento ou previstos de melhoria de sistema viário e mobilidade, energia, iluminação pública e saneamento;
- planos municipais de ordenamento territorial (Plano Diretor, Lei de Zoneamento e legislações específicas pertinentes);
- bens tombados ou de valor histórico e arquitetônico e sua inserção urbana.

A fim de contribuir para a compreensão do território, principalmente na escala do pedestre, foi apontada a necessidade de um levantamento técnico de campo de caráter qualitativo, abrangendo os seguintes aspectos:

- inserção urbana do Centro Histórico: circulação e mobilidade; os espaços públicos e de maior fruição; as praças e áreas de estar; a arborização pública;
- avaliação qualitativa dos principais aspectos do acervo arquitetônico e paisagístico, considerando os edifícios históricos e seus estados de conservação e as relações de uso do lote com o passeio público.

O produto final deste eixo é composto de recomendações para requalificação urbana do Centro Histórico; plano de massas contendo a proposta conceitual de requalificação urbana do Centro Histórico de Itu; justificativa da proposta com base em análise documental (dados secundários, planos e legislações disponíveis etc.) e nos levantamentos de campo, contendo estudo de *benchmarking*, análise territorial,

registro fotográfico e cartografia de apoio; e recomendações/ diretrizes para as ações coordenadas de requalificação urbana.

Para isso, foram feitas pesquisas de levantamento de dados junto à Prefeitura Municipal da Estância Turística de Itu e visita *in loco*, além de um conjunto de análises de dados secundários oriundos de pesquisas bibliográficas, incluindo dados do Censo Demográfico do IBGE (2010), que contribuíram para análises do território. Foram também realizadas pesquisas documentais de estudos de caso, dissertações e artigos técnicos para apresentação de *benchmarking* de transformação e requalificação de centros históricos bem-sucedidos.

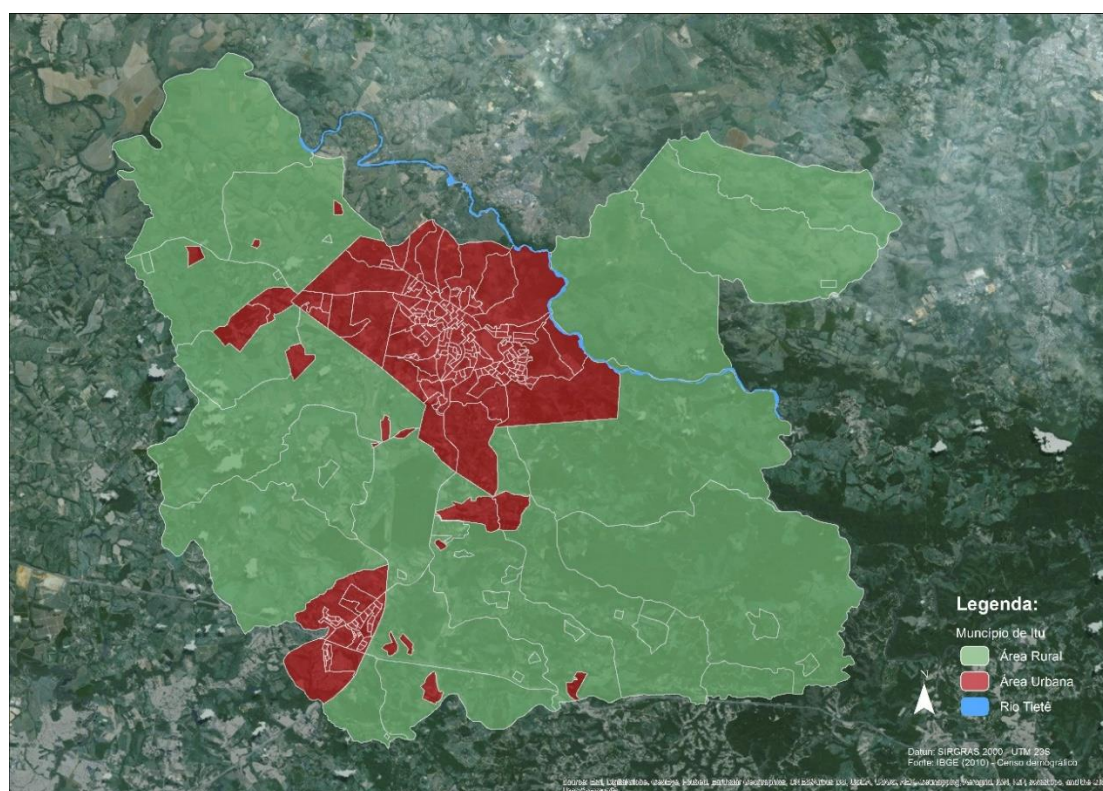
1.2 INSERÇÃO TERRITORIAL

Este item apresenta informações territoriais municipais e a inserção do Centro Histórico, considerando sua localização e a conformação do tecido urbano, os serviços públicos e suas infraestruturas e os bens de valor histórico e arquitetônico.

1.2.1 Informações territoriais municipais

Localizada ao norte da circunscrição municipal, a principal área urbana de Itu (Figura 2) está assentada em planalto lindeiro à várzea do Rio Tietê. O município tem topografia pouco acidentada, cujo relevo apresenta formações de pequenas colinas e alguns platôs próximos às formações sedimentares ao longo do Rio Tietê.

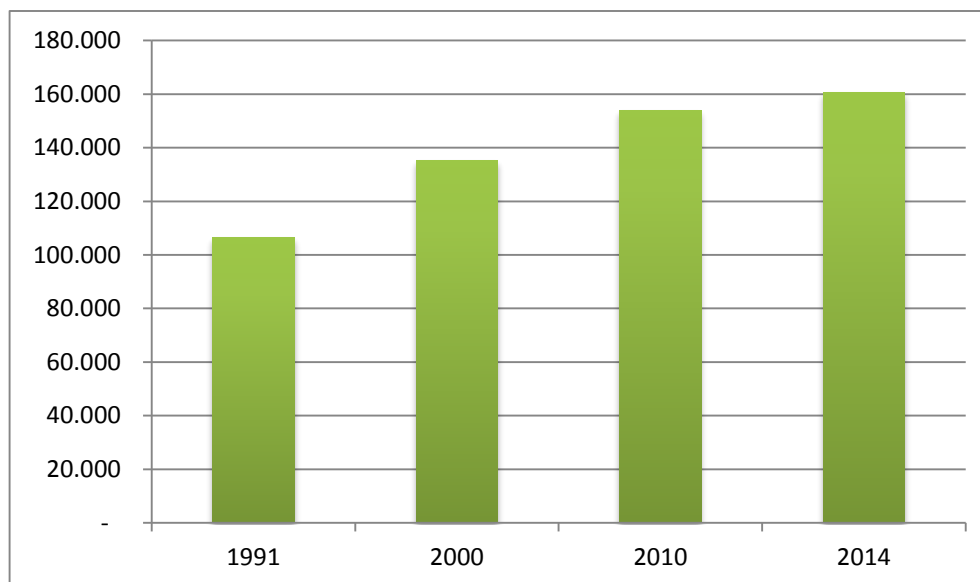
Figura 2 – Área urbana e rural de Itu



Elaboração: Agere, 2015.

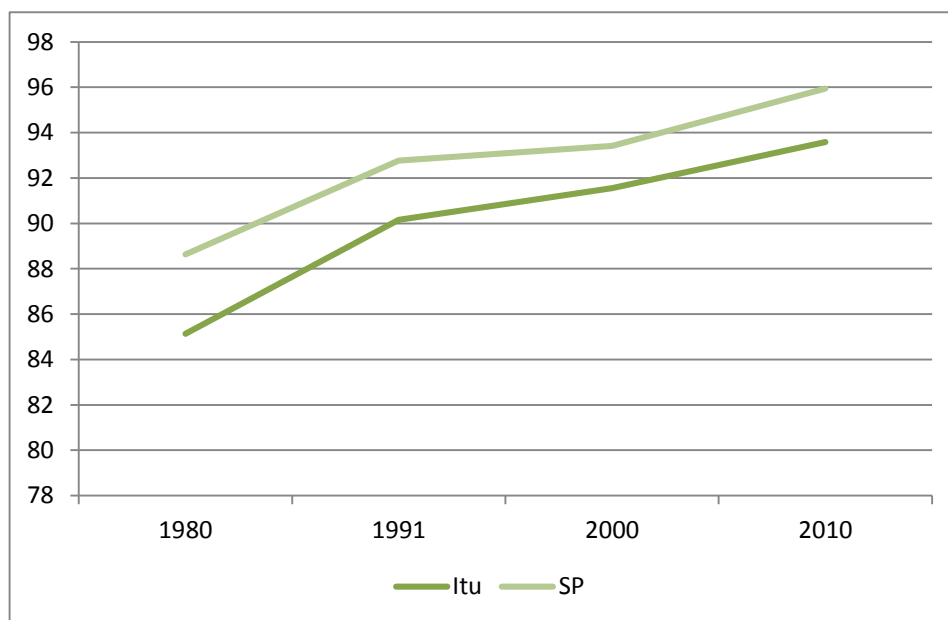
A população de Itu vem apresentando crescimento ininterrupto nas últimas décadas (Figura 3), sendo estimada em torno de 160 mil habitantes para 2014. O crescimento da população tem ocorrido principalmente em áreas urbanas, conforme ilustra a Figura 4. O grau de urbanização da cidade (93,59%) está bastante próximo ao encontrado no estado de São Paulo (95,94%).

Figura 3 – População total, 1991 a 2014



Fonte: SEADE, 2014.

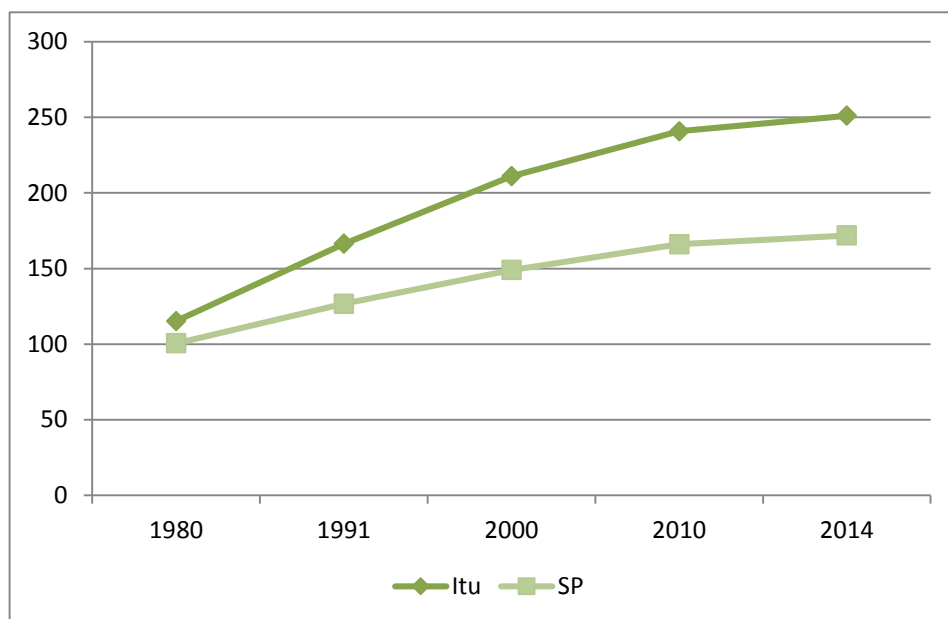
Figura 4 – Grau de urbanização, Itu e estado de São Paulo, 1980 a 2010



Fonte: SEADE, 2014.

O aumento constante do grau de urbanização fez com que o índice de densidade demográfica do município se distanciasse do índice estadual, sendo, em 2014, 46% maior.

Figura 5 – Densidade demográfica, Itu e estado de São Paulo, 1980 a 2014

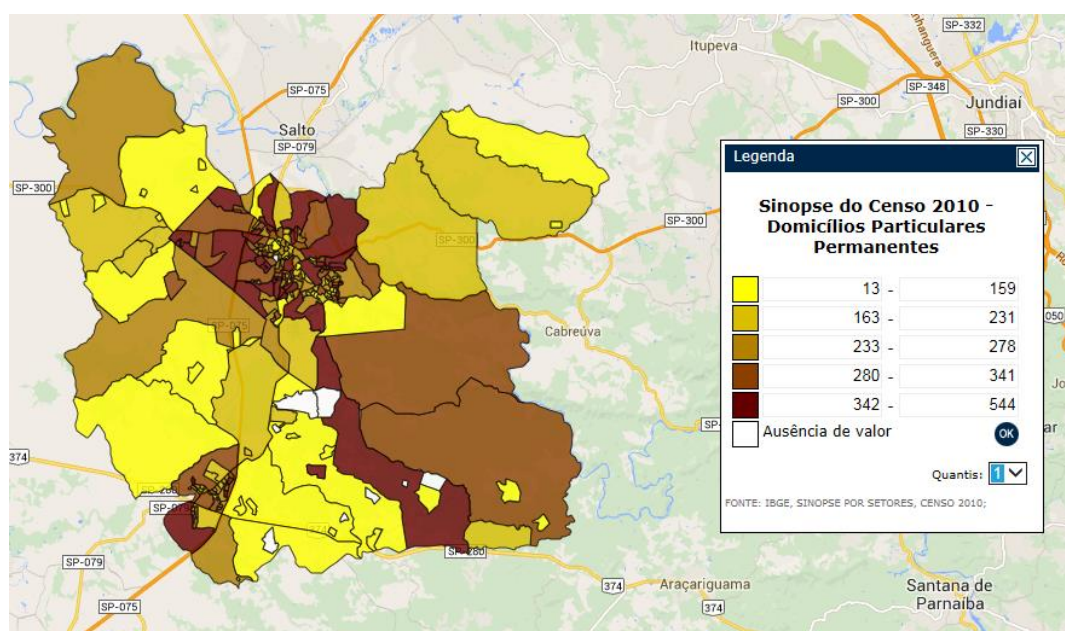


Fonte: SEADE, 2014.

Um índice elevado de densidade demográfica pode, por exemplo, gerar pressão imobiliária ou falta de infraestrutura e saneamento básico para a população. Nesses casos, o aumento do fluxo turístico pode ser preocupante se não for bem planejado.

A distribuição dos domicílios particulares permanentes em Itu, conforme critério do IBGE, é ilustrada pela Figura 6, que mostra as construções destinadas exclusivamente à habitação e que poderiam servir de moradia a uma ou mais pessoas no momento de realização do Censo de 2010. Verifica-se concentração de domicílios na região central do município, nas áreas dos condomínios (incluindo o Residencial Eldorado) e na região do Pirapitingui.

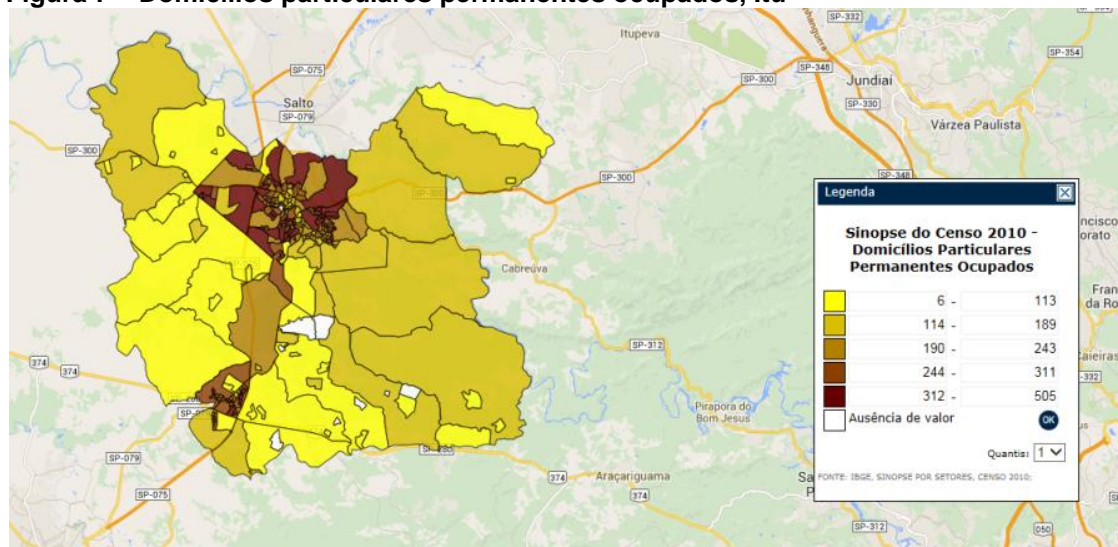
Figura 6 – Domicílios particulares permanentes, Itu



Fonte: IBGE, 2014a.

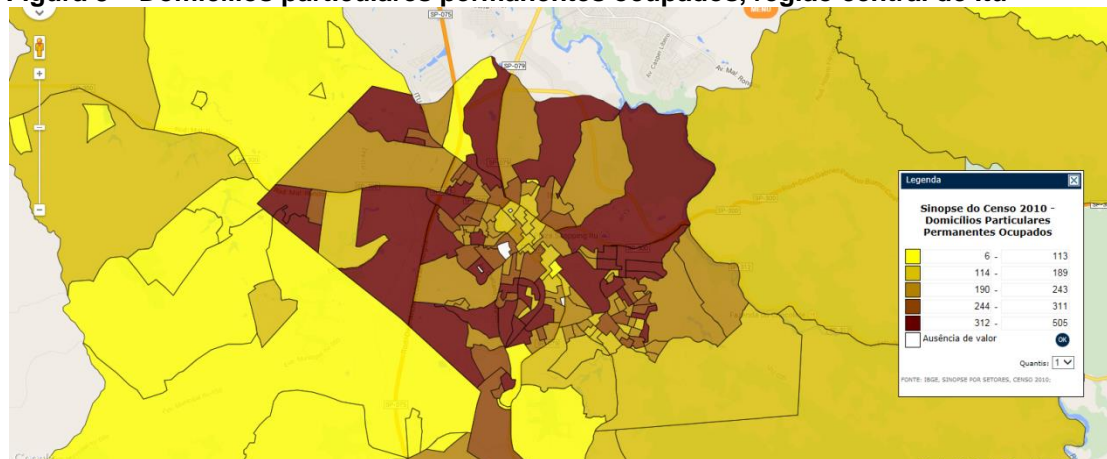
A Figura 7 e a Figura 8 mostram os domicílios particulares permanentes que estavam ocupados por moradores no momento da realização do Censo 2010. A Figura 7, que abrange todo o município, indica a concentração de moradores na região central e do Pirapitingui. A Figura 8 detalha a ocupação de moradores ao longo das rodovias de acesso na parte norte do município, em especial na Rodovia Marechal Rondon, incluindo o Centro Histórico.

Figura 7 – Domicílios particulares permanentes ocupados, Itu



Fonte: IBGE, 2014a.

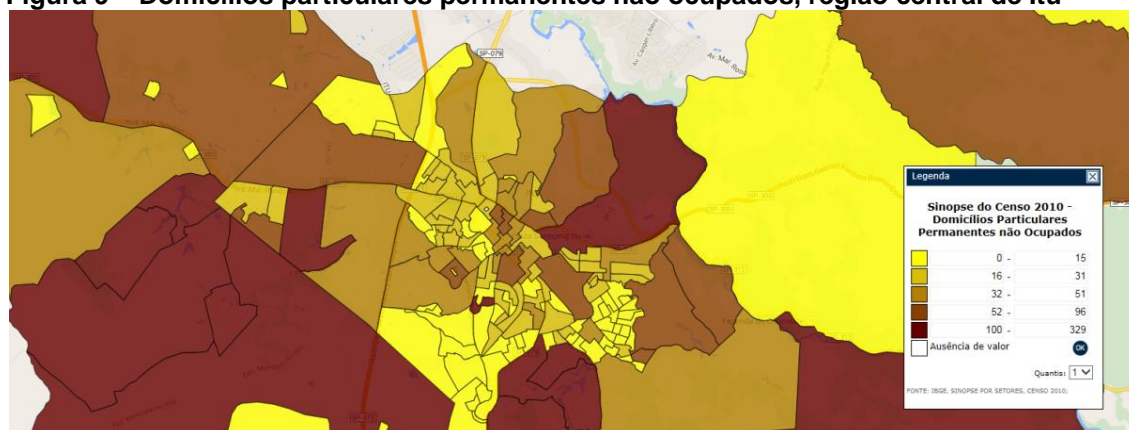
Figura 8 – Domicílios particulares permanentes ocupados, região central de Itu



Fonte: IBGE, 2014a.

Os domicílios que não estavam ocupados no momento do Censo 2010 são classificados pelo IBGE como vagos ou de uso ocasional. A Figura 9 ilustra esses domicílios na região central de Itu.

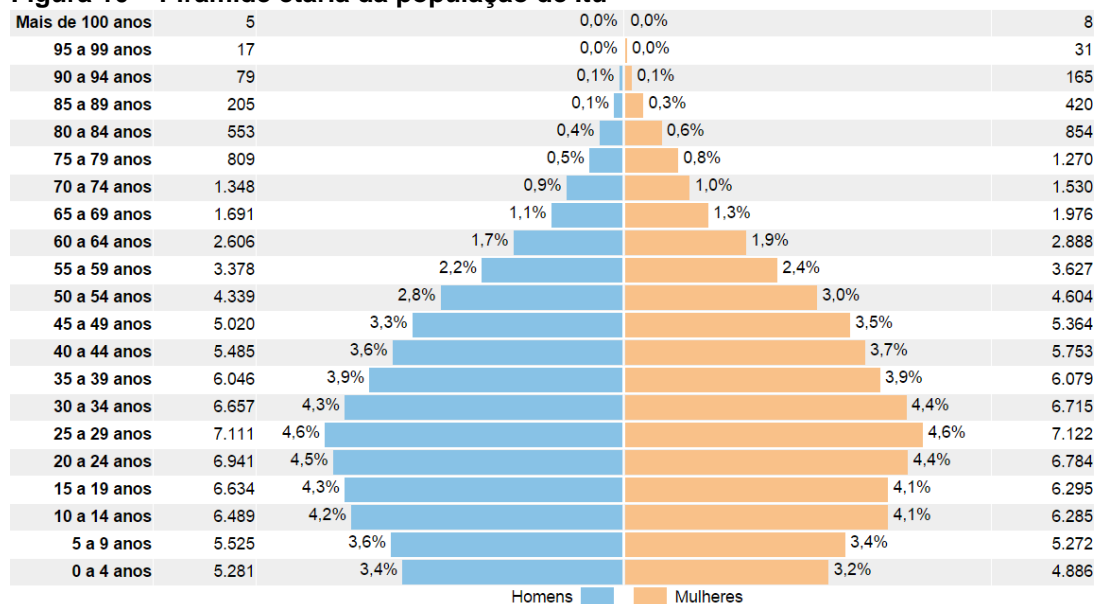
Figura 9 – Domicílios particulares permanentes não ocupados, região central de Itu



Fonte: IBGE, 2014a.

O município de Itu tem 154.147 habitantes, segundo o IBGE (2010). A Figura 10 mostra que a estrutura etária da cidade acompanha o contexto nacional, onde a maioria da população está na idade denominada de economicamente ativa.

Figura 10 – Pirâmide etária da população de Itu



Fonte: IBGE, 2010.

1.2.2 Inserção do Centro Histórico no município

O traçado urbanístico do Centro Histórico de Itu é oriundo de um processo de sucessivas expansões em determinados momentos de sua história. Apesar de possuir um traçado regular, com quadras bem definidas, não derivou necessariamente de um desenho urbano único, configurando-se, ao longo do tempo, pelo crescimento populacional ocasionado pela expansão dos cultivos de cana-de-açúcar, algodão e café – confirmando sua posição como importante entreposto comercial.

As primeiras ocupações, datadas do século XVII, ocorreram no entorno da Capela de Nossa Senhora da Candelária, onde hoje está a Igreja do Bom Jesus. As poucas casas e pequenas estalagens se estabeleceram ao longo da única estrada que ligava a vila de São Paulo às regiões mineradoras de Mato Grosso e Goiás. Esse núcleo inicial

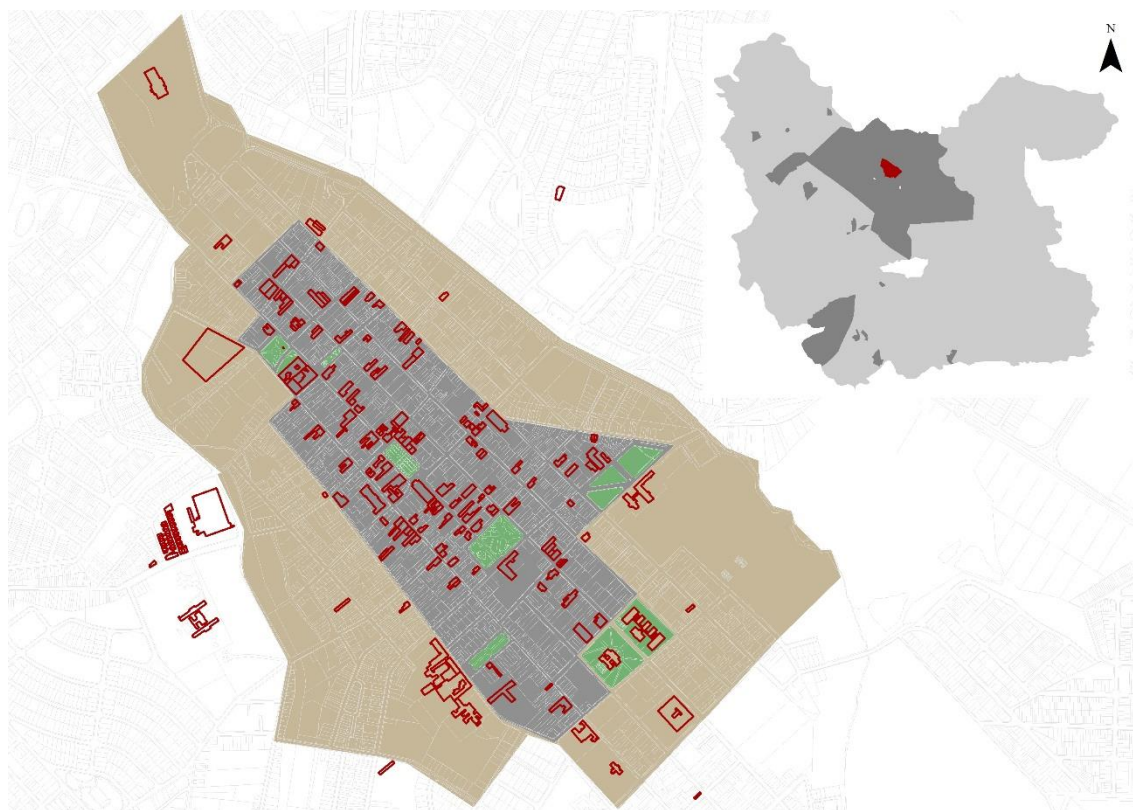
compreendia uma única rua (atual Rua Paula Souza), que ia dessa primeira ocupação no entorno da Capela de Nossa Senhora da Candelária até o Pátio da Igreja Matriz.

Com o cultivo da cana-de-açúcar em maior escala em meados do século XVIII ocorreu a primeira expansão do pequeno vilarejo, abrindo-se outras ruas, dando início à formação do traçado urbano da localidade, que passava de freguesia pertencente à Santana do Parnaíba para a condição de vila. Comerciantes e fazendeiros ocupavam a maior parte das casas que compunham o cenário com igrejas e conventos, além de comércios e alguns edifícios públicos.

Durante o século XIX, impulsionada pelo crescimento de engenhos de cana e algodão, substituídas posteriormente pelas produções de café, a vila de Itu teve nova expansão, ampliando sua malha urbana. Em fins do século XIX, Itu foi palco importante das transformações da política nacional, sendo considerada o “berço da República”, teve aumento considerável da população com a chegada de imigrantes europeus como alternativa para substituição da mão-de-obra escrava que havia chegado ao fim com a Lei Áurea em 1888. Tal fato ocasionou maior ocupação da área rural, surgindo pequenos núcleos afastados, assim como expansão da área urbana, que possuía cerca de 1.800 domicílios, chegando a ter, em 1905, cerca de 20 mil habitantes (CÂMARA, 2015).

Com o declínio do café na década de 1930, Itu foi se preparando para a chegada da atividade industrial, que começava a se instalar na região por volta da década de 1950. Indústrias cerâmicas se estabeleceram nas áreas periféricas da cidade e, atualmente, outras indústrias foram implantadas ao longo das rodovias por questões de logística, sem a formação de um setor industrial.

Itu, não tendo mais a importância dos tempos áureos dos períodos colonial, fins do Império e início da República, tem em seu núcleo histórico a memória representada pelo acervo arquitetônico e seu traçado urbanístico, convivendo com a transformação do comércio como um elemento necessário mas responsável, em grande parte, pela sua descaracterização.

Figura 11 – Localização do Centro Histórico

Fonte: Itu, 2015. Elaboração: Ágere, 2015.

1.2.3 Serviços públicos e infraestruturas

Neste item será apresentada uma breve caracterização das infraestruturas de saneamento, energia e iluminação pública e sistemas viário e de transporte, com destaque para o Centro Histórico, que fornece insumos para a proposição do plano conceitual, objeto deste eixo.

1.2.3.1 SANEAMENTO

A empresa responsável pelo saneamento básico do município é a Águas de Itu Exploração de Serviços de Água e Esgoto S/A, antiga autarquia municipal privatizada em 2007. É responsável pelos serviços de abastecimento, coleta e tratamento de esgoto, assim como pela manutenção de seus respectivos sistemas.

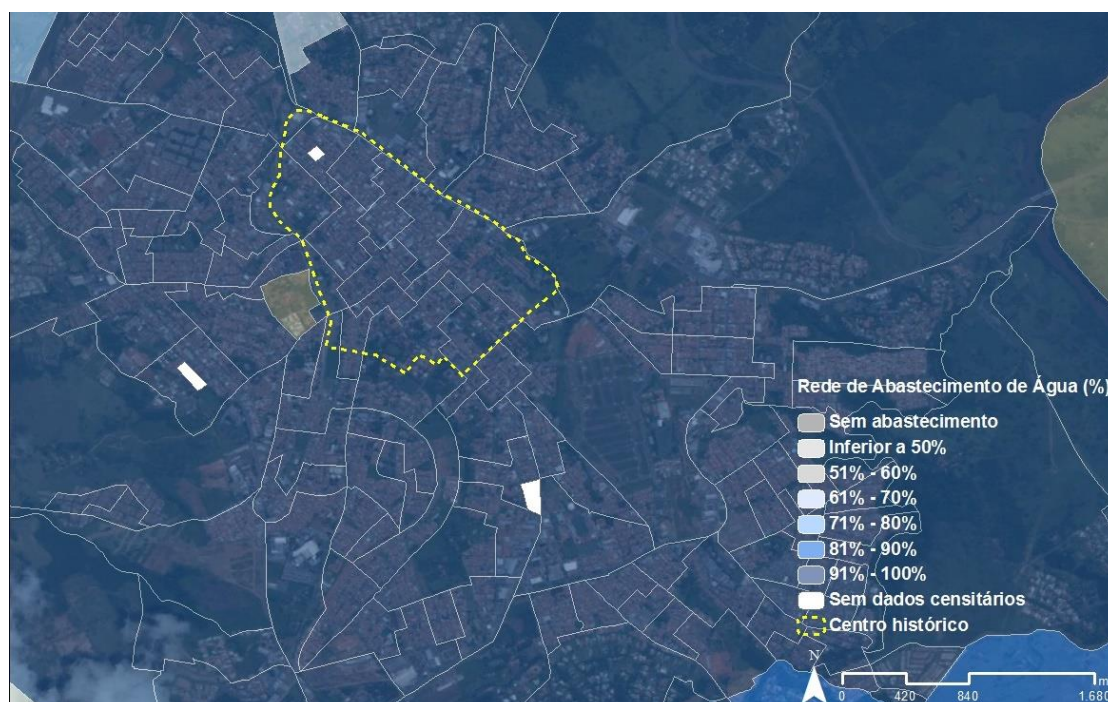
O município de Itu está localizado na sub-bacia hidrográfica do Rio Sorocaba, pertencente à bacia do Tietê. Segundo a Agência Nacional das Águas (ANA), em Itu há cinco sistemas de abastecimento de água. O sistema isolado Itu 1 (ETA I) é a principal infraestrutura de abastecimento de água, responsável pelo atendimento do Centro Histórico, conforme destacado na Tabela 1.

Tabela 1 – Sistemas isolados de abastecimento de água de Itu

Mananciais	Sistema	Participação no abastecimento do município	Situação (até 2015)	Outros municípios atendidos
Córrego do Pirapitingui, Córrego do Braiaia, Córrego dos Gomes, Córrego do São José.	Isolado Itu 1 (ETA I)	62%	Satisfatória	---
Ribeirão do Itaim	Isolado Itu 3 (ETA VII)	15%	Requer novo manancial	---
Poços Itu	Isolado Itu 5	9%	Satisfatória	---
Córrego do São Miguel	Isolado Itu 4 (ETA VIII)	7%	Satisfatória	---
Córrego do São Miguel	Isolado Itu 2 (ETA III)	6%	Requer ampliação de sistema	---

Fonte: ANA ,2010.

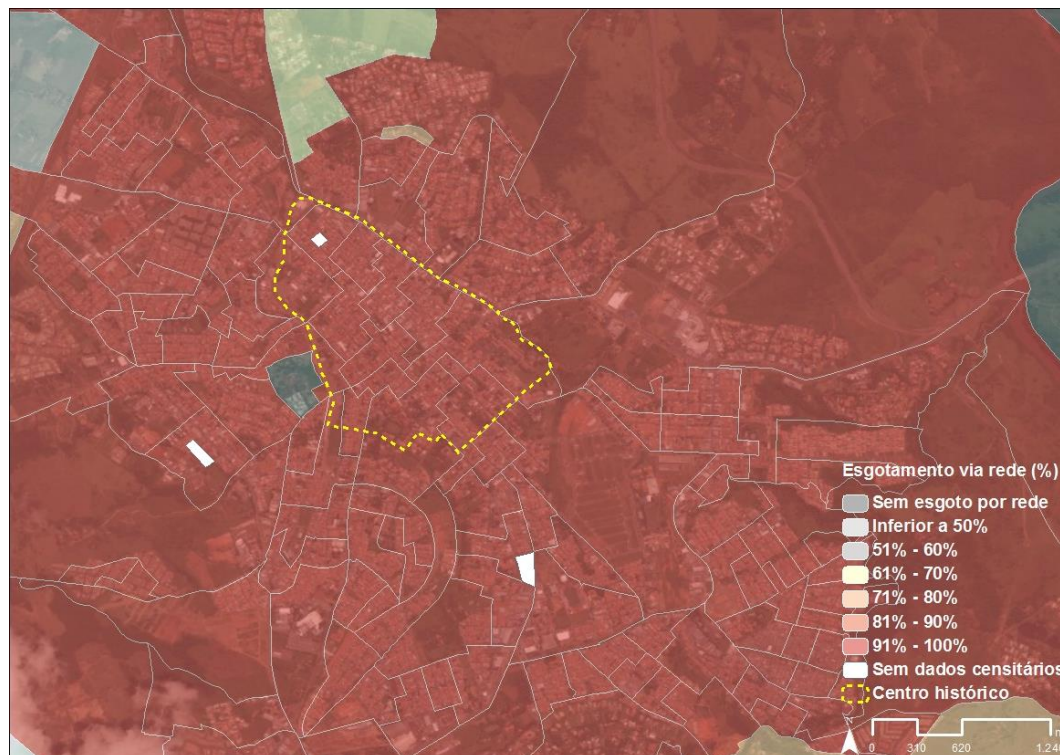
De acordo com a Figura 12, a cobertura de atendimento por rede pública no Centro Histórico é universalizada.

Figura 12 – Domicílios particulares permanente atendidos por rede pública de abastecimento de água

Fonte: IBGE, 2010. Elaboração: Ágere, 2015.

Quanto ao esgotamento sanitário, segundo o Sistema Nacional de Informações de Saneamento (SNIS, 2013), a coleta e afastamento dos efluentes é universalizado, incluindo o território do Centro Histórico. A Figura 13 apresenta a porcentagem de domicílios particulares permanentes atendidos por rede pública no Centro Histórico. O percentual de volume tratado é de 85,91% em relação ao volume coletado.

Figura 13 – Domicílios particulares permanentes atendidos por rede pública de coleta e afastamento de esgoto



Fonte: IBGE, 2010. Elaboração: Ágere, 2015.

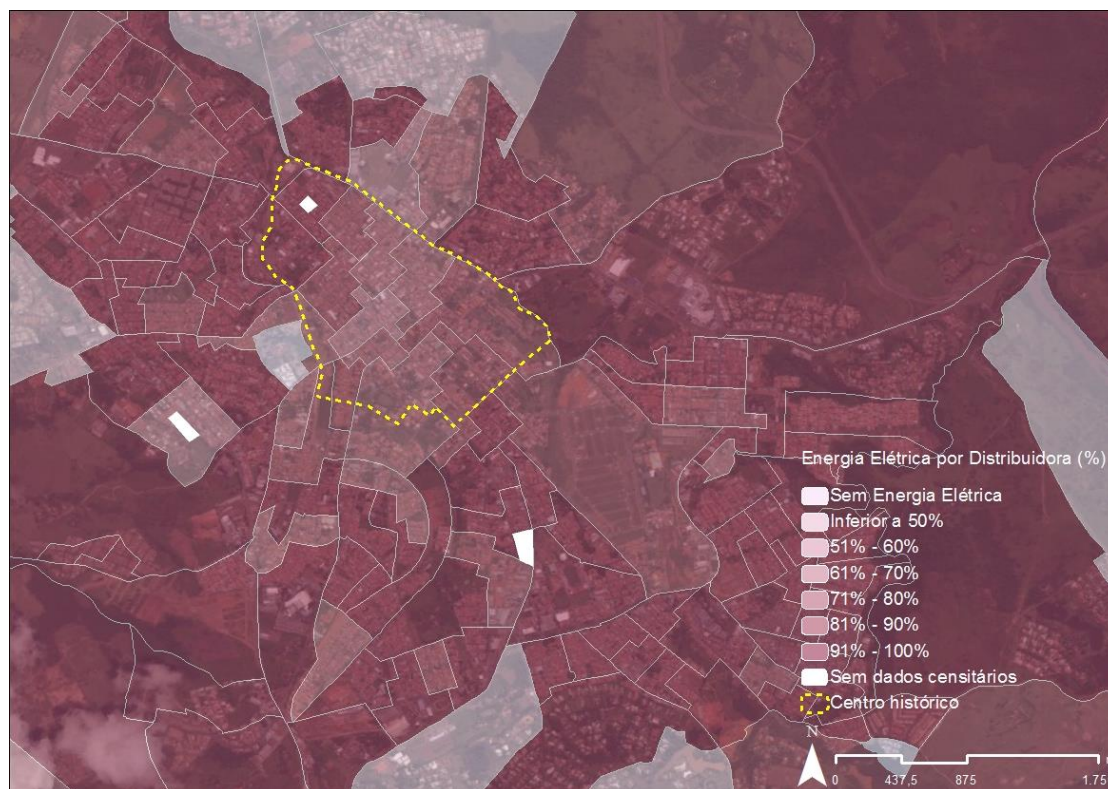
1.2.3.2 ENERGIA ELÉTRICA E ILUMINAÇÃO PÚBLICA

Do mesmo modo, a cobertura de energia no Centro Histórico é satisfatória, como mostra a Figura 14. A gestão é de responsabilidade da Cia. Paulista de Força e Luz (CPFL).

O município de Itu tem forte relação simbólica com a chegada da energia elétrica no início do século XX. A cidade de Itu foi uma das primeiras a ser contemplada com o serviço, fato que promoveu o avanço do setor industrial na região.

Em Dezembro de 1904 começou a cidade de Itu a ser iluminada a luz eléctrica, sendo contudo, provisoriamente, a força geradora fornecida pelo motor das oficinas dos Irmãos Valentini. [...] Finalmente a 19 de janeiro de 1906, concluídos todos os trabalhos da represa e usina, que a Companhia estava construindo na cachoeira de Lavras, passou a ser fornecida definitivamente pela força hydraulica (NARDY FILHO, 2000, p. 208).

Figura 14 – Domicílios particulares atendidos por rede pública de energia elétrica



Fonte: IBGE, 2010. Elaboração: Ágere, 2015.

A iluminação pública de Itulua deverá passar a ser de responsabilidade do poder público municipal a partir de 2015, ficando a cargo da Secretaria Municipal de Administração. A fiação é aérea, de modo que postes, equipamentos transformadores, fiação e demais elementos contribuem para a poluição visual (Figura 15).

Figura 15 – Aspecto visual fiação no Centro Histórico



Fonte: Panoramio, 2015a.

1.2.3.3 SISTEMAS VIÁRIOS E DE TRANSPORTE

O traçado histórico que compõe o sistema viário do centro tem como principais características ruas estreitas, com aproximadamente 7 m de leito carroçável (Figura 16).

Figura 16 – Foto aérea de Itu (sem data de voo)



Fonte: Histórias de Itu, 2012a.

Atualmente a pavimentação é asfáltica, não havendo quase mais nenhuma rua com o calçamento característico do início do século XX, quando houve grande expansão urbana. Consta que os primeiros calçamentos da cidade foram implantados ainda no século XVIII, feitos em cascalho. No século XIX, a Câmara Municipal determinou a construção de calçadas com 10 palmos de largura realizadas pelos próprios moradores em frente a suas portas, sob pena de multas de 6 mil réis (HISTÓRIAS DE ITU, 2012b).

No início do século XX a pavimentação das ruas centrais passou a ser feita de paralelepípedos (Figura 17), dotadas de valas laterais para as águas pluviais. Os materiais utilizados eram as rochas oriundas das pedreiras próximas para os leitos carroçáveis. Já nas calçadas eram utilizadas lajotas de varvito¹.

¹ Varvito – “[Do sueco varv, ‘camada’, + -ito.] S. m. Geol. Rocha sedimentar clástica, que se forma em lagos de regiões glaciais e se caracteriza por camadas claras, arenosas, depositadas no verão, após o degelo, e camadas finas, argilosas e escuras, ricas de substâncias orgânicas, depositadas no inverno, repetindo-se essa deposição de modo cíclico.” (VARVITO, 2009, p. 2.038).

Figura 17 – Pavimentação em paralelepípedo do início do século XX



Fonte: Histórias de Itu, 2012b.

A pavimentação asfáltica foi sendo implantada pouco a pouco no Centro Histórico, contribuindo para sua descaracterização, do mesmo modo que outros fatores como a poluição visual, a fiação aérea e a alteração de fachadas de alguns exemplares do patrimônio edificado. Esses fatores foram determinantes para algumas referências da paisagem.

Figura 18 – Pavimentação atual



Fonte: Ágere, 2015.

As praças apresentam diversas características e exercem funções específicas para a sua localidade. No caso do Centro Histórico de Itu, as praças são espaços que surgiram com a Igrejas, situadas geralmente em frente delas, conformando seu espaço aberto e orientando as edificações do seu entorno.

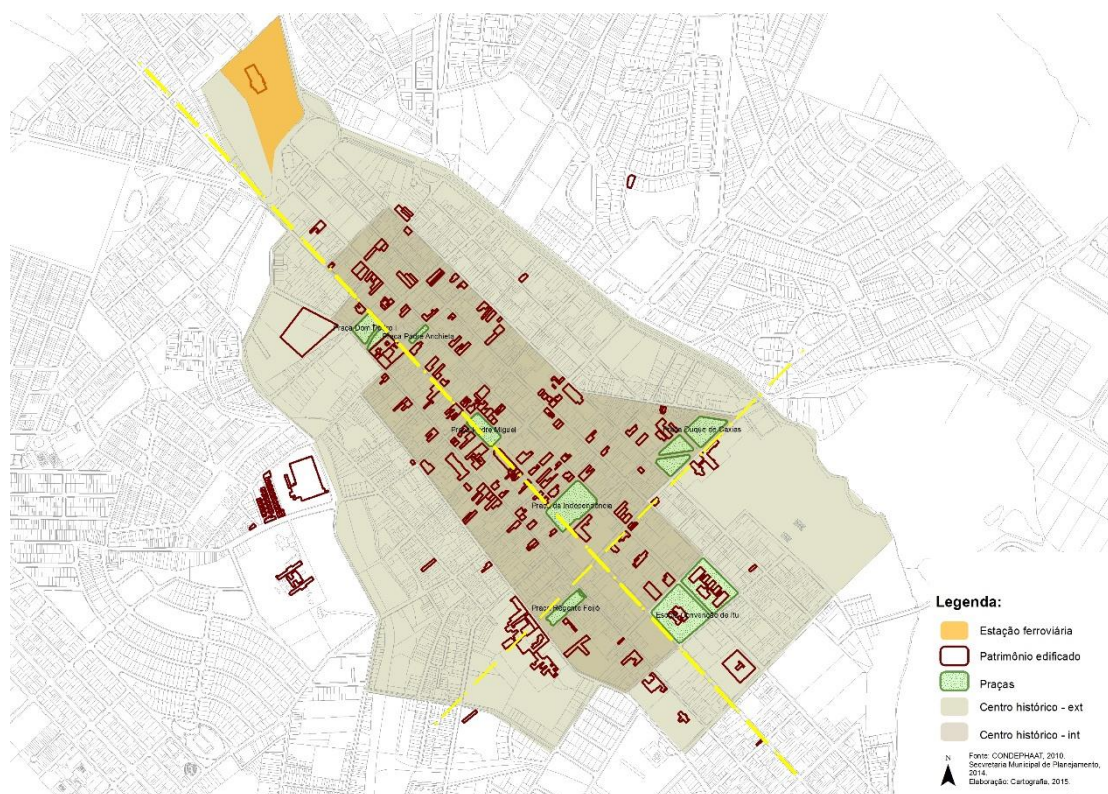
Figura 19 – Espelho d'água da Praça da Independência



Fonte: Panoramio, 2015.

No mapa da Figura 20 observa-se que as praças do Centro Histórico formam dois eixos, sendo o eixo transversal (SE-NO) o de maior importância: nele está a maior parte do patrimônio edificado. O segundo eixo é de importância secundária, mas parte indispensável do percurso turístico. Tal configuração apresenta boa legibilidade do território, com seus marcos e espaços abertos que corroboram para o ambiente construído que o conforma. Sendo assim, as praças também têm elementos de articulação urbana, atuando como elemento convergente, assumindo a característica de centralidade.

Figura 20 – Mapa das áreas livres / praças



Elaboração: Ágere, 2015.

A conformação de um eixo principal determinado pelo espaço público – as ruas e as articulações com o território cujo papel é desempenhado pelas praças – cria um elemento interessante para o planejamento, um possível orientador físico imaginário indicado pelo próprio território.

Outra importante função exercida pelas praças é proporcionar permeabilidade para as águas pluviais, auxiliando a drenagem. Foi observado que as praças Duque de Caxias, da Independência, Dom Pedro I e Conde de Paranaíba têm maior área permeável, tendo um papel regulador do microclima.

A Praça da Independência acumula, assim como a Praça Padre Miguel, também a função de lazer e de centralidade, onde o uso do solo predominante de suas áreas envoltórias é não residencial, apesar de coexistir com o uso residencial. As praças Padre Miguel, Padre Anchieta e Regente Feijó têm o lazer de contemplação como a principal atribuição. Essa característica é mais evidente nas duas últimas – praças próximas a igrejas, com bancos próximos às sombras das árvores e em locais mais tranquilos.

A Figura 21 mostra aspectos de conservação das praças.

Figura 21 – Praças, aspectos de conservação

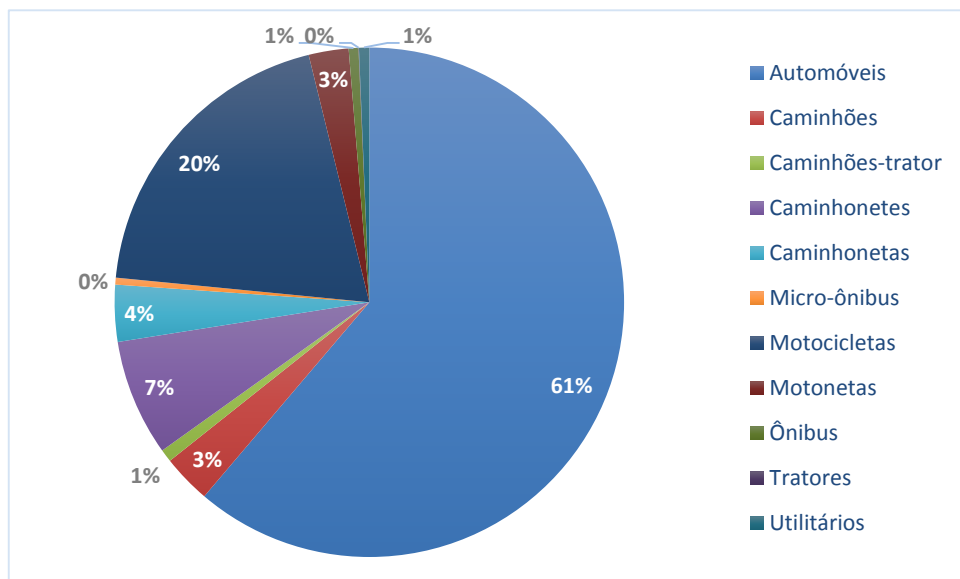


Fonte: Ágere, 2015.

Em relação ao sistema de transporte, o município de Itu tem, segundo o censo demográfico do IBGE (2010), 46.477 domicílios particulares permanentes e uma frota correspondente à 108.353 veículos, considerando apenas os motorizados. Da frota total, 61% é da modalidade de automóveis de uso particular, o que corresponde a 66.333 carros (Figura 22). Há uma razão proporcional de 2,34² automóveis de uso particular pelo total de domicílios particulares permanentes com bens duráveis – tipo automóvel de uso particular.

² Resultado obtido pela razão entre os 28.291 domicílios (IBGE, 2010) com bens de uso durável (automóvel de uso particular) pelos 66.33 automóveis de uso particular (DENATRAN, 2014).

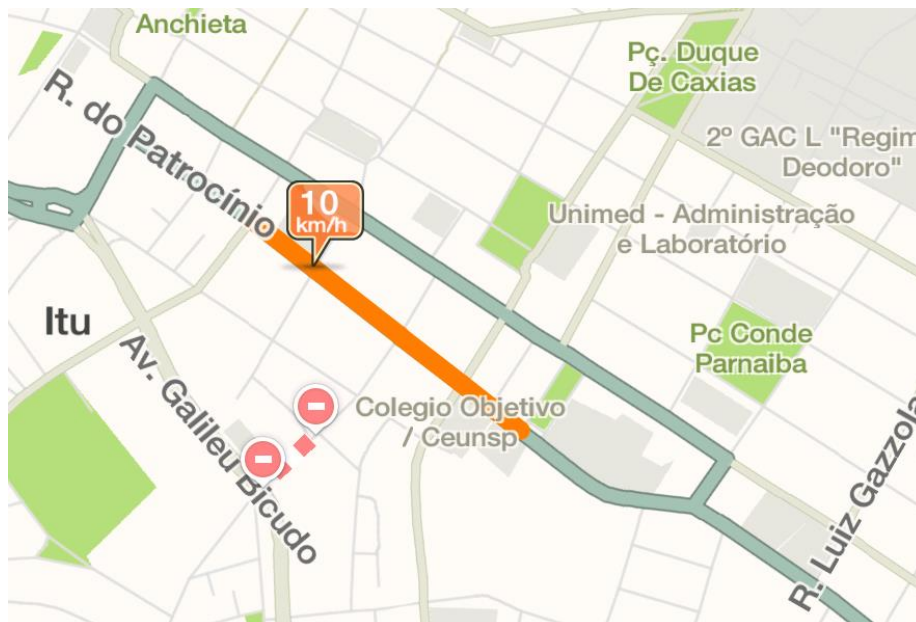
Figura 22 – Tipo de veículos



Fonte: DENATRAN, 2014.

A Figura 23 e a Figura 24 demonstram o carregamento das vias do Centro Histórico em dias de semana, quando não há movimentação de turistas pela cidade. Nota-se um carregamento maior na Rua do Patrocínio, entre a Rua Me. Maria Theodora e a Praça Regente Feijó. Também há carregamentos moderados na Rua dos Andradas, Rua Floriano Peixoto e algumas transversais, devido à maior concentração de comércio e serviços, elementos que reforçam a centralidade ainda exercida pelo local.

Figura 23 – Carregamento de tráfego no sistema viário, zoom 1



Fonte: Waze, 2015. Acesso em: 18/05/2015, as 12:06.

Figura 24 – Carregamento de tráfego no sistema viário, zoom 2



Fonte: Waze, 2015. Acesso em: 18/05/2015 as 12:06.

A Figura 25 mostra o movimento normalmente observado.

Figura 25 – Rua dos Andradas



Fonte: Panoramio, 2015b.

A Figura 26 mostra que a maior parte das ruas são de uma mão só, uma vez que não tem capacidade de suporte para atender ao tráfego de veículos que utilizam o Centro Histórico. Nesse aspecto, também é notório que veículos de maior porte, como ônibus e caminhões, não contam com boas condições de tráfego.

Figura 26 – Tráfego local



Fonte: Google Maps, 2014. Elaboração: Ágere, 2015.

As calçadas também não oferecem condições adequadas que favoreçam o uso, não havendo, portanto, o estímulo para que pedestres possam se valer dessa opção. Essa situação é desfavorável para o turismo, uma vez que o Centro Histórico concentra suas principais atrações razoavelmente próximas, o que favorece percursos a pé.

Questões ligadas à acessibilidade são um ponto de atenção que merecem ações específicas, tratadas na escala do usuário, com integração às questões de requalificação de quadra e inserção na paisagem urbana local. Contudo, essas ações devem ser coordenadas de forma que haja integração com as demandas de qualificação do território como um todo.

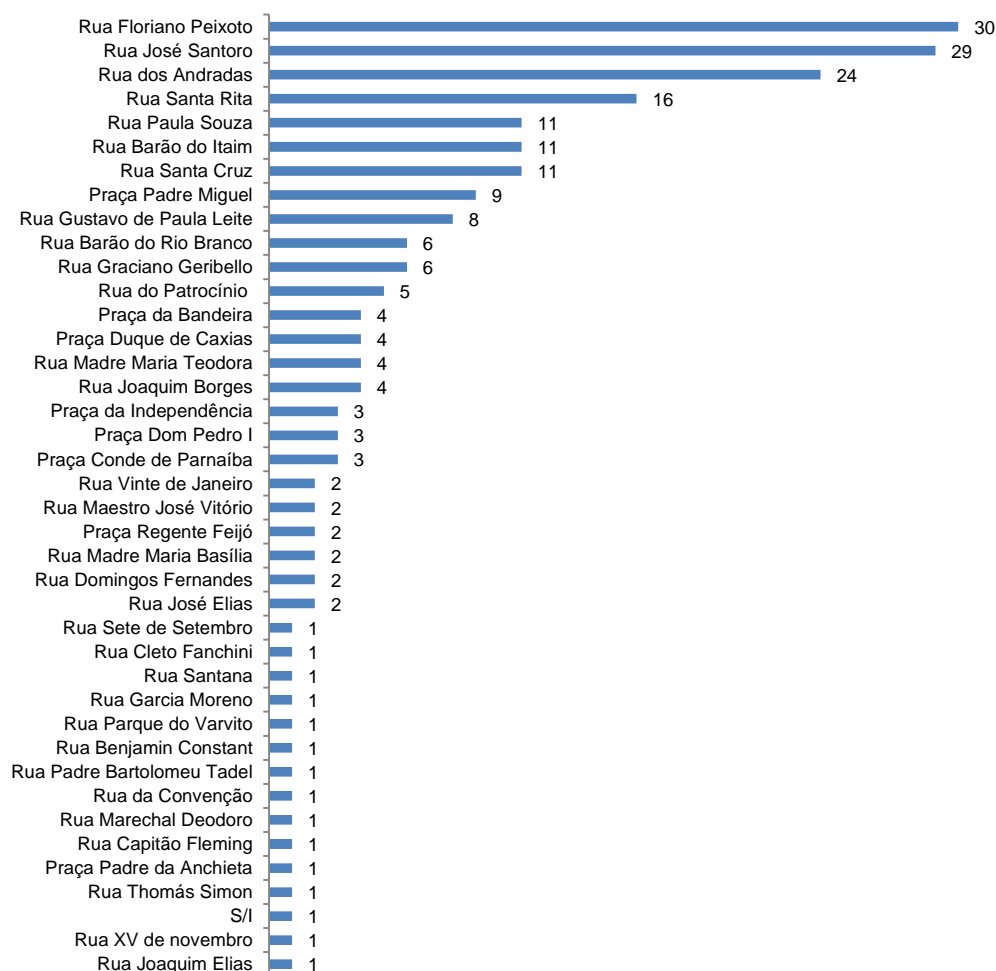
Em relação ao transporte público, o Centro Histórico é servido por 11 linhas de ônibus coletivo (VIAÇÃO ITU, 2015) que o ligam aos demais bairros da área urbana. O serviço é prestado das 4h da manhã até 00h10 todos os dias da semana, variando apenas a frequência, que é maior de segunda a sábado e reduzida nos domingos e feriados. O sistema é operado pela empresa Aviação Itu, sendo as 11 linhas centrais: Parque Industrial, Santa Laura, Aeroporto, Bairro Alto, Bom Viver, Circular, Rancho Grande, Residencial Itaim, Circular, Circular e Gruta.

1.2.4 Bens de valor histórico e arquitetônico e sua inserção no Centro Histórico

Este item destina-se a apresentar a localização dos bens históricos e espaços públicos culturais, bem como a classificação dos bens tombados por tipologia de uso e grau de conservação. A fonte das informações utilizadas é o inventário de “fichas cadastrais do patrimônio histórico do Centro Histórico de Itu”, elaborado pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico (CONDEPHAAT) em 2010 e disponibilizado pela Secretaria Municipal de Planejamento.

De acordo com o inventário, há 218 imóveis tombados distribuídos pelas ruas e praças no Centro Histórico e proximidades. As ruas que mais concentram esses imóveis são a Rua Floriano Peixoto, Rua dos Andradas, Rua Santa Rita, Rua Paula Souza, Rua Barão do Itaim e a Praça Padre Miguel (Matriz), além das ruas José Santoro, Gustavo de Paula Leite e Graciano Geribello, onde se localiza o conjunto de residências da Vila Santa Maria, vila operária do início do século XX. A quantidade de imóveis tombados por localização pode ser vista na Figura 27.

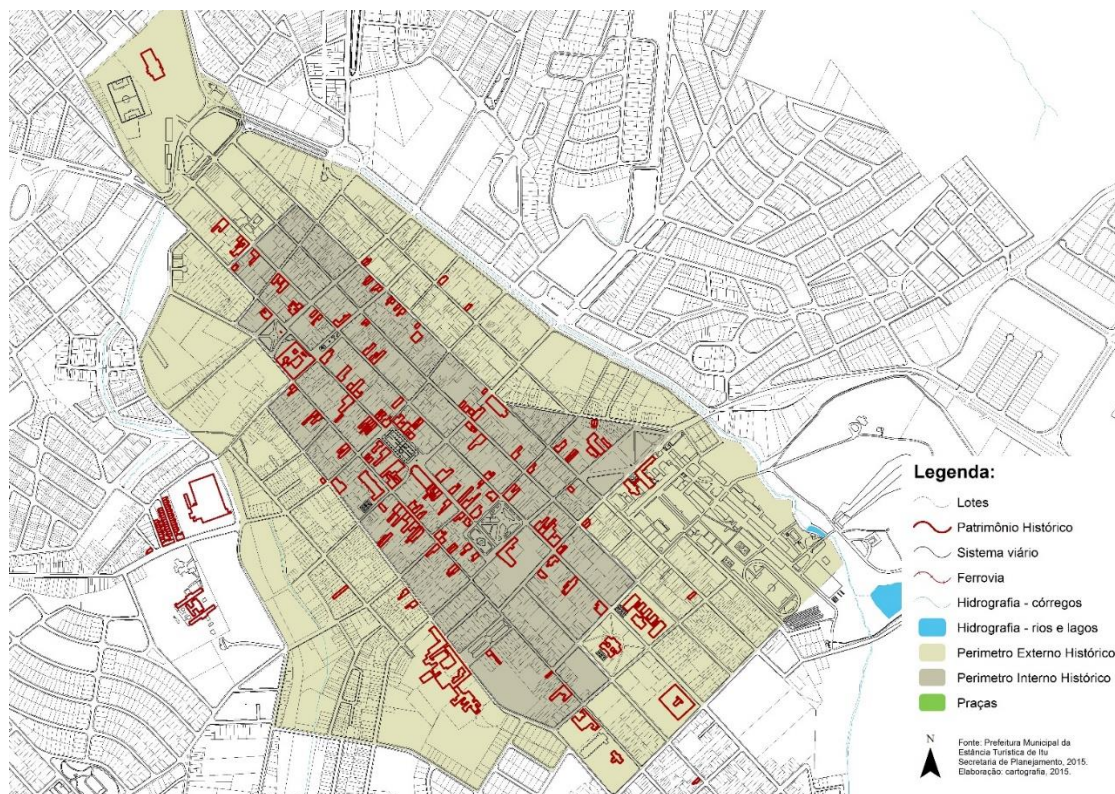
Figura 27 – Número de imóveis tombados, por endereço principal



Fonte: Itu, 2015.

A Figura 28 apresenta o mapa de localização dos imóveis, indicando que as ruas Barão do Itaim e Paula Souza, que interliga a Praça da Independência com a Praça da Matriz, forma o que pode ser entendido como eixo histórico.

Figura 28 – Patrimônio histórico: localização



Fonte: Itu, 2015.

O Centro Histórico de Itu tem um importante acervo arquitetônico a ser preservado, com imóveis que registram a memória de marcos históricos brasileiros, como o período colonial, o auge da produção cafeeira e o nascimento da República, em fins do século XIX e princípio do século XX. Segundo informações da Secretaria Municipal de Turismo, o município não apresenta tombamentos na instância municipal.

Os imóveis tombados em instância federal pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN, 2015c) são:

- Igreja Matriz Nossa Senhora da Candelária (1938);
- Igreja e Convento de Nossa Senhora do Carmo, compreendendo as pinturas e outras obras de arte integrantes dos referidos monumentos (1948);
- casa à Rua Barão do Itaim, edifício-sede do Museu Republicano Convenção de Itu (1966);
- conjunto de oito painéis, de autoria do Padre Jesuíno do Monte Carmelo, expostos no corredor de entrada do edifício conventual das Irmãs de São José, anexo à Igreja Nossa Senhora do Patrocínio (1985).

Na lista de tombamentos do IPHAN constam ainda três imóveis sob instrução, ou seja, qualquer intervenção deve ser solicitada ao órgão, sendo eles: Casa Fazenda da Conceição (1957); Casa da Rua Paula Souza – Companhia Ituana de Força e Luz – atual Museu da Energia (1967); e Fábrica de Tecidos São Luiz (1985).

O processo de tombamento do Centro Histórico de Itu iniciou em 1989 e só foi concluído em 2003, tendo sido publicado no Diário Oficial de 7 de novembro. Na publicação consta que

[...] os elementos constitutivos da estrutura urbana contidos no interior do polígono definido pelos seguintes limites (denominado PERÍMETRO INTERNO) inicia-se pela Rua do Patrocínio, prosseguindo pela Rua Madre Maria Basília até encontrar a Rua Pedro Paula Leite, prosseguindo por esta até a Rua Joaquim Borges, desta até atingir a Rua Quintino Bocaiúva, prosseguindo por esta até a Rua Santa Rita, desta até a Rua Domingos Fernandes e desta prosseguindo ao longo da Praça Duque de Caxias até a Rua Maestro José Vitório, desta até a Rua Santa Cruz, prosseguindo por esta até a Rua da Candelária, desta até a Rua Paula Souza, desta prosseguindo até a Rua Vinte de Janeiro e por esta até a Rua Thomás Simon, passando pela Praça D. Pedro I e seguindo pela Rua dos Andradas até a Rua Padre Bartolomeu Tadei, prosseguindo por esta até encontrar o ponto de origem no cruzamento com a Rua do Patrocínio. Para proteção da vizinhança imediata do Centro Histórico, a área compreendida entre o PERÍMETRO INTERNO e o polígono definido pelo seguintes limites (denominado PERÍMETRO EXTERNO): Inicia-se a partir da Estação Ferroviária da Fepasa, prosseguindo pelo leito da Ferrovia até o cruzamento com a Rua Francisco Nardi Filho, defletindo à esquerda por esta, prosseguindo pela Rua Mario Lucio Correa até a intersecção com o prolongamento da Rua Madre Maria C. D. Providência, prosseguindo por esta até atingir a Rua João B. de Souza, prosseguindo por esta até a Rua José E. da Fonseca, defletindo à esquerda até encontrar a Rua Madre Maria Basília e desta até a Rua Luís Gazzola, prosseguindo pelo prolongamento de seu eixo até encontrar o córrego do Taboão, seguindo pelo leito deste rio até a Rua Octaviano Pereira Mendes e seguindo por esta até encontrar o ponto de origem na Estação Fepasa (CONDEPHAAT, 2015).

Além do tombamento do perímetro, o CONDEPHAAT realizou o tombamento de outros edifícios:

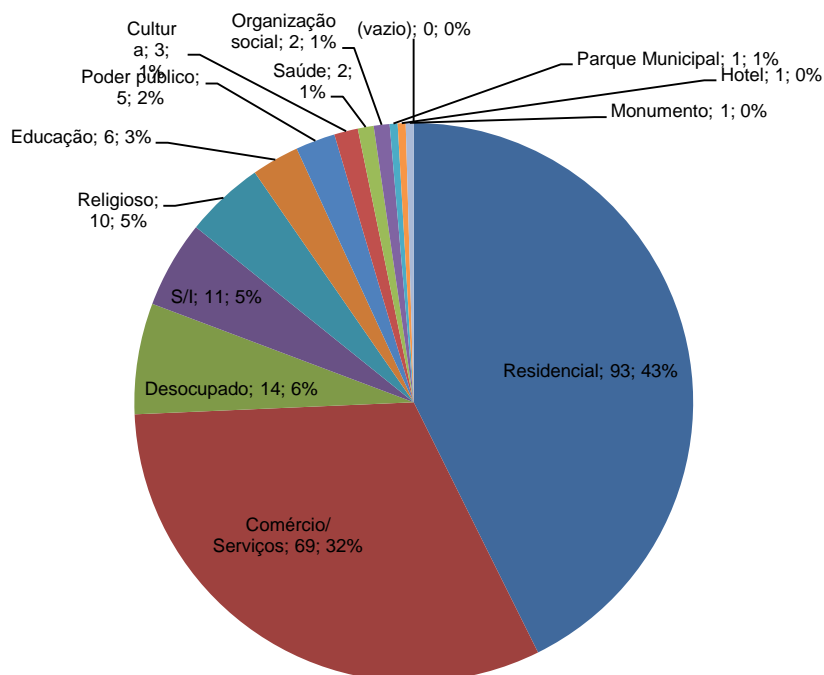
- Edifício da Fábrica de Tecidos São Luís: Rua Paula Souza, 492 Processo: 22338/82 Tomb.: Res. 21 de 15/12/83 D.O.: 16/12/83 Livro do Tombo Histórico: Inscrição nº 212, p. 59, 28/12/1983;
- Igreja e Convento de Nossa Senhora do Carmo: Praça da Independência Processo: 22058/82 Tomb.: ex-officio em 12/5/82 Tomb.: Iphan em 21/6/67 Livro do Tombo Histórico: Inscrição nº 53, p. 3, 24/6/1971;
- Igreja do Senhor Bom Jesus: Praça Padre Anchieta Processo: 16765/70 Tomb.: Res. SC 31 de 30/6/88 D.O.: 1/7/88 Livro do Tombo Histórico: Inscrição nº 281, p. 72, 18/7/1988;
- Igreja Matriz de Nossa Senhora da Candelária: Praça Padre Miguel Processo: 00351/73 Tomb.: ex-officio em 4/8/82 Tomb.: Iphan em 26/12/38 Livro do Tombo Histórico: Inscrição nº 271, p. 70, 25/3/1987;
- Museu Republicano Convenção de Itu: Rua Barão do Itaim, 67 Processo: 00352/73 Tomb.: ex-officio em 13/10/80 Tomb.: Iphan em 27/4/67 Livro do Tombo Histórico: Inscrição nº 137, p. 25, 29/5/1981;
- Pedreira de Varvitos: Bairro Alto Processo: 09884/69 Tomb.: Res. de 18/3/74 D.O.: 19/4/74 Livro do Tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico: ,Inscrição nº 1, p. 4, 21/3/1974;

- E. E. Convenção de Itu: Praça Conde de Parnaíba, 422 CEP 13300-000 PROCESSO: 24929/86 TOMB.: Res. SC 60 de 21/07/10 D.O.: 11/11/10, pgs 112,113 e 114 Livro do Tombo Histórico, Inscrição nº 377 , p. 103 a 110

Entre os 218 imóveis tombados do levantamento, nove contam com grau de proteção 1, ou seja, não podem sofrer alterações externas ou internas e suas características devem ser preservadas como na data do tombamento. São eles: Hospital da Santa Casa de Misericórdia (edifício restaurado que abriga uma capela dedicada a São João de Deus e o Centro Pró-Memória da Santa Casa de Misericórdia de Itu); Antiquário da Lila; Espaço Cultural Almeida Jr. – Casa da Cultura; Museu da Energia de Itu; Igreja de São Benedito; Regimento Deodoro 2º GAC L (Antigo Colégio São Luiz); Igreja Nossa Senhora do Patrocínio; Casa Caselli; e Cruzeiro Franciscano. Os demais têm grau de proteção nível 2, que prevê a preservação da fachada.

A análise de usos dos imóveis permite verificar que 93 deles (43%) são residenciais e 69 (32%) comerciais, 10 (5%) de uso religioso e 3 (1%) utilizados com finalidade cultural. Ainda segundo informações do Condephaat, em 2010 havia 14 imóveis (6%) desocupados (Figura 29).

Figura 29 – Classificação de bens tombados por uso

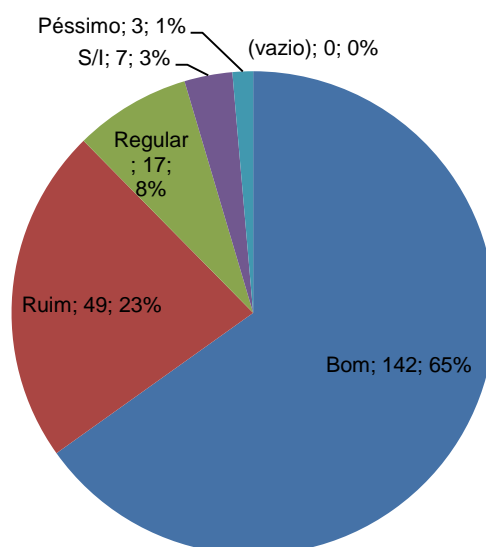


Fonte: Itu, 2015.

Apesar de constar apenas 1% dos imóveis de uso cultural, alguns imóveis de uso religioso, como as igrejas, também exercem a função de patrimônio de caráter cultural, quando associados a seus usos a finalidade de visitação, valorizando o potencial turístico do perímetro histórico do município.

Quanto ao estado de conservação do acervo, nota-se que mais da metade (65%) encontra-se em bom estado. Entretanto, 17 imóveis (8%) estavam em grau de conservação regular, 49 (23%) estavam em estado ruim e 3 (1%) péssimos. Entre os que não estavam em bom estado de conservação, a maioria é de uso residencial, sendo parte do casario da Vila Santa Maria (Figura 30).

Figura 30 – Classificação dos bens tombados por grau de conservação



Fonte: Itu, 2015.

1.3 PLANOS E PROJETOS

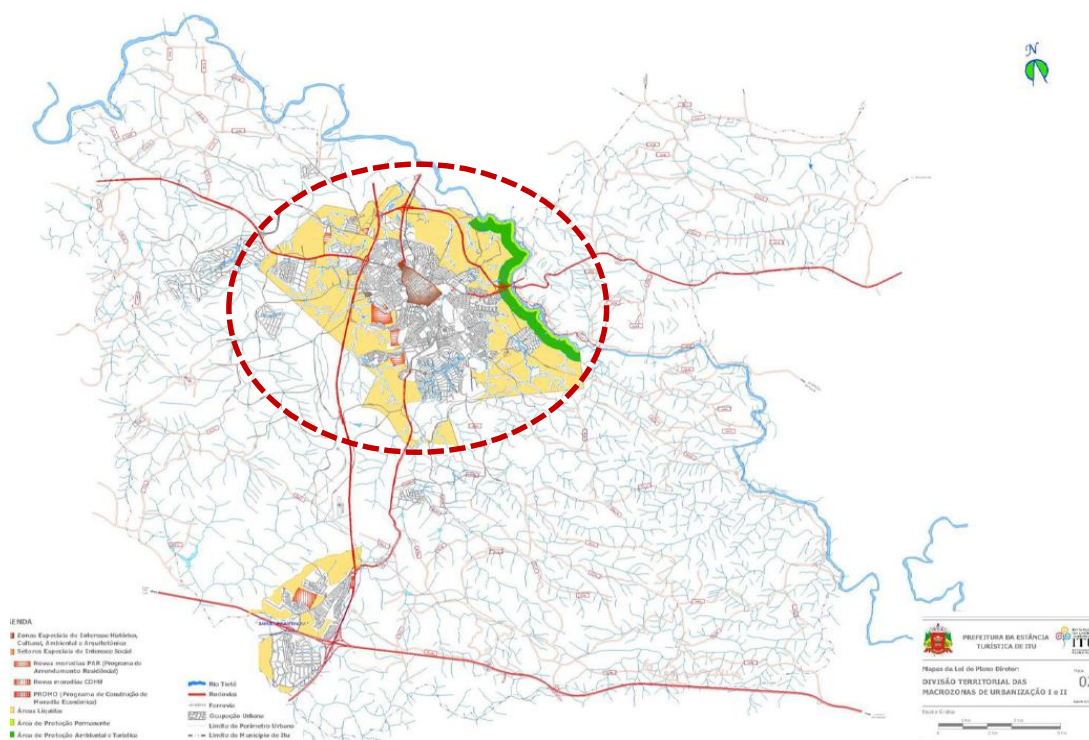
Este item avalia os planos de ordenamento territorial de Itu e planos, projetos e obras em curso. Foram analisados o Plano Diretor e a Lei de Zoneamento vigentes, bem como projetos de iniciativa privada com impactos significativos no tecido urbano e na paisagem do Centro Histórico.

1.3.1 Planos municipais de ordenamento territorial

Itu conta com Plano Diretor Participativo vigente desde 2006 (ITU, 2006). Principal instrumento de ordenamento territorial, o Plano Diretor estabelece um conjunto de diretrizes e ações para o desenvolvimento urbano, rural e ambiental. Com relação ao Centro Histórico, deve-se destacar o artigo 83, que define as Macrozonas de Urbanização I e II, e o artigo 99, que prevê a criação de uma Operação Urbana no Centro Histórico.

O Centro Histórico de Itu está compreendido pelo território da Macrozona de urbanização I – Centro Expandido (Figura 31).

Figura 31 – Macrozonas de urbanização I e II (destaque para Macrozona I)



Fonte: Itu, 2006.

Dentre os objetivos das Macrozonas de urbanização I e II, deve-se destacar os que visam à qualificação dos espaços urbanizados, especificamente os incisos VI e X, que asseguram a qualificação e proteção do Centro Histórico:

Art. 83 A MACROZONA DE URBANIZAÇÃO I e a MACROZONA DE URBANIZAÇÃO II engloba o Perímetro Urbano do Centro Histórico Expandido e a região do Pirapitingui, Cidade Nova e Tapera Grande, caracterizam-se pelas áreas loteadas e ocupadas e sua instalação tem por objetivos:

I - garantir a manutenção da qualidade ambiental, controlar e direcionar o adensamento urbano, adequando-o à infraestrutura disponível;

II - garantir a utilização adequada dos imóveis não edificados, subutilizados e não utilizados.

III - regular a proximidade dos usos inconvenientes;

IV - promover o parcelamento adequado do solo e garantir a ocupação, com atividades sustentáveis;

V - distribuir com justiça o ônus e encargos decorrentes das obras e serviços de infraestrutura urbana;

VI - qualificar áreas urbanizadas e, em especial, a área do centro histórico do Município;

VII - adequar o uso, ocupação e parcelamento do solo em relação à infraestrutura urbana implantada;

VIII - controlar e gerenciar a atividade de trânsito e transportes por meio da classificação de atividades que se instalam no Município e que se utilizam à infraestrutura viária local, através da articulação entre o Sistema Viário estruturado e o processo de ocupação;

IX - definir áreas destinadas à preservação ambiental, com a sua devida regulamentação na forma de Lei;

X - elevar a qualidade do ambiente urbano, por meio da proteção e utilização racional do patrimônio histórico, artístico, cultural, urbanístico, arqueológico e paisagístico e da preservação e conservação dos recursos naturais.

XI - revisar, definir e implantar, quando da revisão da legislação do Zoneamento e dos Loteamentos a esta Lei, o perímetro urbano do centro do município e da região do Pirapitingui, da Cidade Nova e do Tapera Grande.

Importante instrumento urbanístico, previsto no Estatuto da Cidade (2001), a Operação Urbana³ tem a finalidade de qualificar uma determinada área com recursos gerados pela negociação de certificados de potencial construtivo, a serem aplicados dentro de um perímetro especificado, assim como seu conjunto de projetos (plano urbanístico específico, PUE) e programas de obras, conforme o decreto-lei que a cria. O artigo 99 do Plano Diretor prevê a criação da Operação Urbana Centro Histórico:

Art. 99 A Operação Urbana Centro Histórico deverá ser criada por meio de legislação específica, sendo definida como o conjunto de intervenções e medidas coordenadas pelo Município com a participação dos proprietários, moradores, usuários permanentes e investidores privados, com o objetivo de alcançar transformações urbanísticas estruturais, melhorias sociais e a valorização ambiental, ampliando os espaços públicos, melhorias de infraestrutura e sistema viário, conforme delimitação em mapa anexo, contendo no mínimo os seguintes instrumentos:

I - delimitação do perímetro da área de abrangência;

II - finalidade da operação;

III - programa básico de ocupação da área e intervenções previstas;

IV - Estudo Prévio de Impacto Ambiental e de Vizinhança - EIV;

V - garantia de preservação dos imóveis e espaços urbanos de especial valor cultural e ambiental, protegidos por tombamento ou lei;

VI - contrapartida a ser exigida dos proprietários, usuários permanentes e investidores privados em função dos benefícios recebidos;

VII - forma de controle e monitoramento da operação, obrigatoriamente compartilhado com representação da sociedade civil;

§ 1º - Os recursos obtidos pelo Poder Público na forma do inciso VI deste artigo serão aplicados também no programa de intervenções, definido na lei de criação da Operação Urbana Consorciada.

§ 2º - Os imóveis localizados no interior dos perímetros das Operações Urbanas Consorciadas, não são passíveis de receber o potencial construtivo transferido de imóveis não inseridos no seu perímetro.

§ 3º - Será criado por legislação específica o Conselho da Paisagem Urbana do Centro Histórico de forma a normatizar e acompanhar os processos de uso da paisagem urbana do Centro Histórico.

³ Artigos 32, 33 e 34 da Lei Federal 10.257/2001 (Estatuto da Cidade).

Apesar de prevista no Plano Diretor, a Operação Urbana não foi realizada e não há perspectiva de sua criação, segundo informações obtidas na Secretaria de Planejamento. Avalia-se, entretanto, que ainda que fosse planejada, sua concretização seria pouco viável no Centro Histórico.

As Operações Urbanas consistem em negociações de potencial construtivo e, por isso, demandam necessariamente interesse de mercado imobiliário. Por se tratar de um Centro Histórico, com bens tombados e com poucas possibilidades de alterações, há uma restrição de produção de potencial construtivo, o que inviabiliza os interesses de mercado e o próprio mecanismo para concretização de uma Operação Urbana. Trata-se de um aspecto do Plano Diretor que precisa ser aperfeiçoado em sua revisão, que deve ocorrer em 2016, dez anos após a publicação da lei, conforme previsto no Estatuto da Cidade.

No que diz respeito à Lei de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo (LPUOS) vigente no município⁴, o Centro Histórico está delimitado pela Zona Histórica (ZH), inserida em uma área envoltória denominada Zona de Preservação Histórica (ZPH) (Figura 32), conforme conceituado no artigo 42.

Art. 42 A Área Urbana do Município fica subdividida, para fins de disciplinamento de uso e ocupação do solo nas seguintes zonas de uso, conforme ANEXO II.

I - Zona Histórica (ZH) é aquela que compreende o eixo histórico e sua área de influência, envolvendo o traçado viário e construções históricas, inserida no perímetro do centro histórico de Itu, tombados pelo CONDEPHAAT ou em processo de tombamento ou ainda aqueles que poderão vir a ser tombados por órgão municipal, estadual e federal;

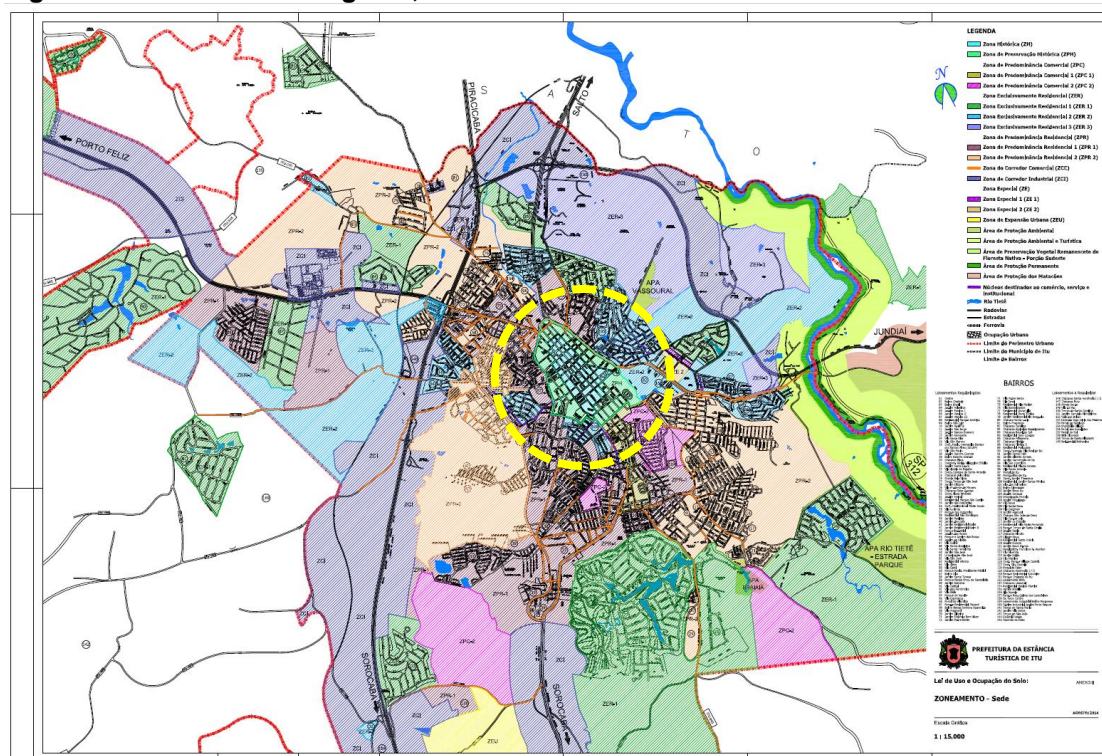
II - Zona de Preservação Histórica (ZPH) é a área que envolve a Zona Histórica com a finalidade de preservar as características do Patrimônio Ambiental Urbano; (...)

As zonas históricas (ZH e ZPH) são mais restritivas quantos às regras de parcelamento e ocupação do solo⁵, mas a diversidade torna-se um fator positivo para o incentivo de usos ligados ao turismo e a atividades culturais, ficando restritas apenas as ocupações industriais de maior porte, não compatíveis com o tecido urbano.

⁴ Lei Complementar Nº 2, de 14 de julho de 2010.

⁵ Anexo III B da Lei Complementar nº 2/2010 (Quadro de índices de parcelamento e ocupação do solo das zonas).

Figura 32 – Zoneamento vigente, sede



Fonte: Itu, 2014.

Conforme o artigo 69 da LPUOS, o Centro Histórico também terá regulação do solo

Art. 69 Na Zona Histórica (ZH) e na Zona de Preservação Histórica (ZPH) além dos dispositivos de controle urbanístico contidos no zoneamento municipal deverão ser atendidas as disposições do Decreto Estadual Nº 13.426/79, a ata Nº 925, de 01/05/92 do CONDEPHAAT [...] e também o Decreto Federal Nº 20.955/83.

Considerando a importância do valor simbólico do Centro Histórico de Itu, observa-se que o poder público municipal contemplou em seus instrumentos de ordenamento territorial a preocupação com o planejamento urbano que visa preservar e conservar seu acervo arquitetônico e a paisagem. Observa-se, porém, que o instrumento Plano Diretor enfrenta o recorrente desafio de aplicação comum a muitos municípios, além de estar prestes a ser revisado, por estar vigente há quase dez anos.

O Plano Diretor prevê a criação da Operação Urbana Centro Histórico, com a indicação de perímetro coincidente com as zonas de preservação delimitadas na lei de zoneamento, cujos índices de ocupação são de maior restrição em relação às demais zonas da cidade. Apesar de ser um instrumento urbanístico interessante para o poder público, pois utiliza recursos oriundos de parceria com a iniciativa privada através da disponibilização de certificados de potencial adicional construtivo, da forma como está disposto no Plano Diretor não é aplicável, como já mencionado, devido às restrições de ocupação decorrentes dos processos de tombamento, podendo ocasionar pouca ou nenhuma aderência do mercado imobiliário e do setor privado em geral. O decreto de criação da Operação Urbana deverá rever a demarcação de seu perímetro, prevendo área fora do limite do Centro Histórico a ser transformada, que seja adequada para receber os potenciais adicionais de construção acima do permitido pela lei de zoneamento, de modo que parte desse recurso poderá ser aplicado conforme o programa de obras disposta em seu PUE.

1.3.2 Planos, projetos e obras em andamento ou previstos de melhorias de infraestruturas

Neste item, o Trem Republicano é tratado, antes dos demais projetos.

1.3.2.1 TREM REPUBLICANO

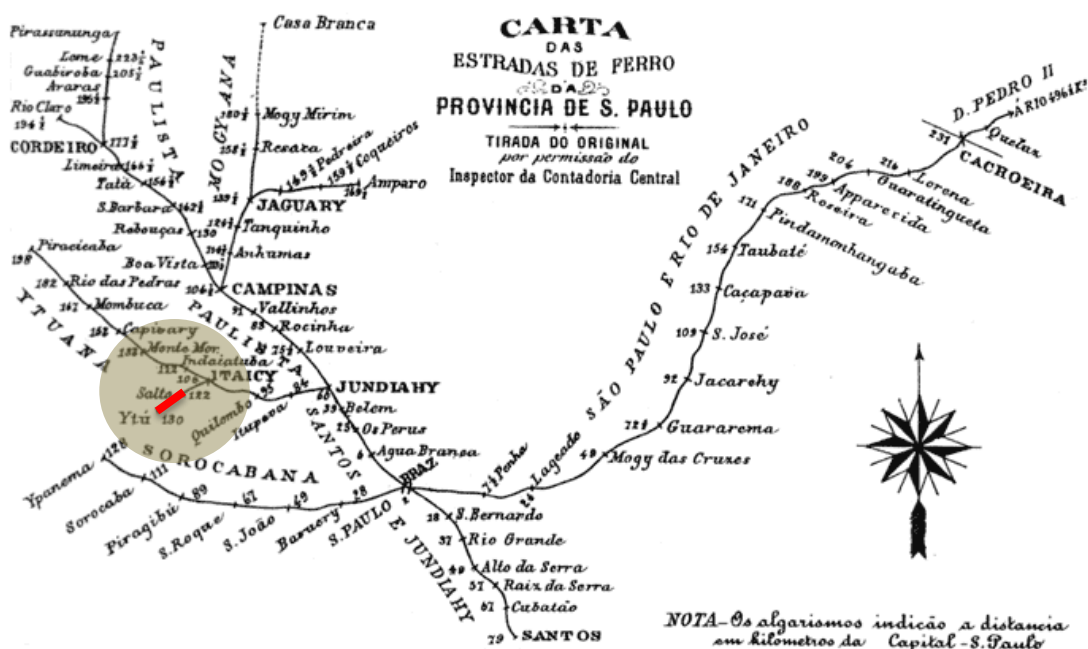
Está sendo iniciada a reforma da Estação Ferroviária de Itu, de onde será revitalizada também a ferrovia turística que liga Itu a Salto. A previsão para conclusão é em 2016.

Projeto estratégico para o setor de turismo, com forte apelo ao valor simbólico do poder econômico do café e do crescente desenvolvimento da região Sudeste, em especial o oeste paulista, o retorno do Trem Republicano para finalidade turística tem início em 2005, após uma apresentação feita na VIII Seminário Nacional de Preservação e Revitalização Ferroviária, na cidade do Rio de Janeiro.

Para viabilizar o projeto era necessário a construção de um túnel evitando o cruzamento do anel viário de Itu com a ferrovia que, segundo as prefeituras de Salto e Itu, tem custo aproximado de 8 milhões de reais, incluindo os restauros das estações, a antiga oficina de locomotivas na cidade de Itu, a recolocação da via permanente entre as duas cidades e a construção de uma ponte férrea sobre o rio Guaraú (LOPES, BORBA e GRIZOTO, 2008, p. 55).

O projeto se encontra atualmente em fase de elaboração pelas prefeituras, que deverão considerar suas estações ferroviárias e suas respectivas inserções urbanas para dialogar com os demais tratamentos das questões de desenvolvimento turístico das duas cidades.

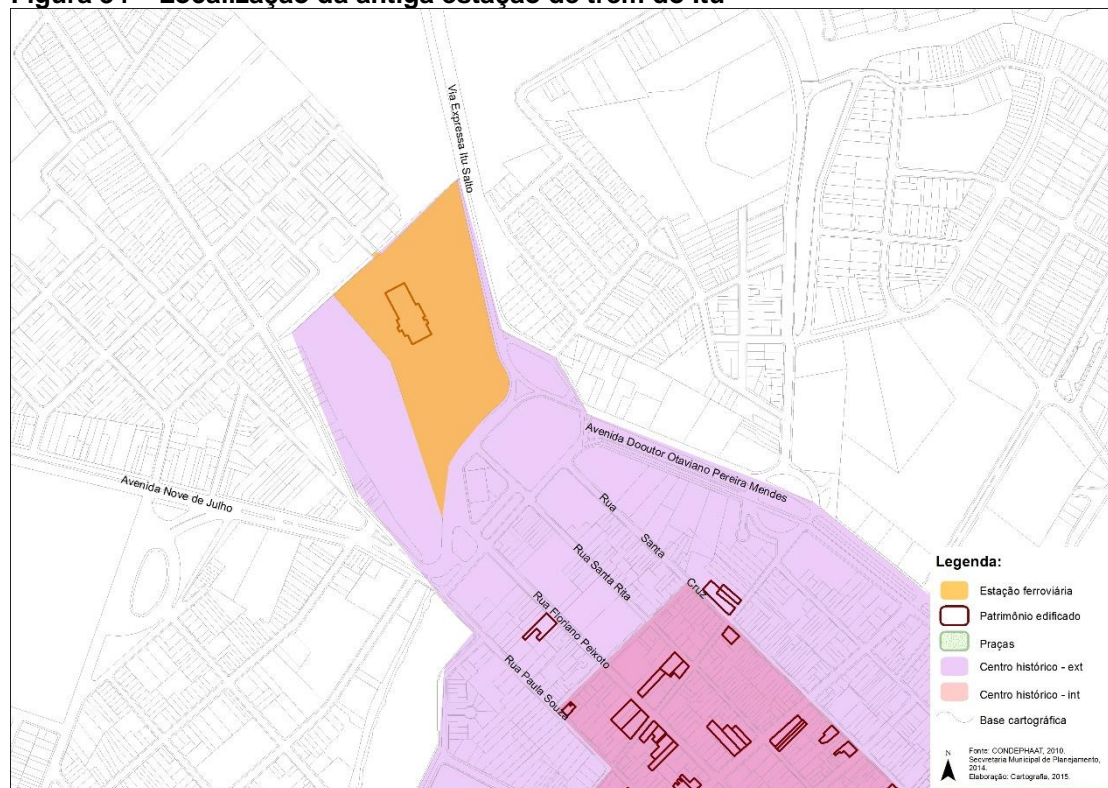
Figura 33 – Mapa da rede ferroviária paulista no século XIX, com destaque para o trecho Itu/ Salto



Fonte: Christoffer R., 2004. Carta das Estradas de Ferro da Província de São Paulo, publicada originalmente no Indicador de São Paulo para 1878 e reproduzido no Livro Lembranças do Trem de Ferro, de Pietro Maria Bardi.

No caso de Itu, a estação está localizada na entrada norte do Centro Histórico, próxima a delimitação externa, na Avenida Otaviano Pereira Mendes (Figura 34).

Figura 34 – Localização da antiga estação de trem do Itu



Elaboração: Ágere, 2015.

Inaugurada um pouco antes da Convenção de Itu, em 1873, a Estação de Ytu (Figura 35) exerceu durante seus primeiros 20 anos a função de ser ponta da linha, quando foi estendido o ramal até Mairinque e passou a fazer parte da Sorocabana, ligando até Campinas. Seu atual edifício (Figura 36) foi erguido em substituição ao anterior por volta da década de 1940, sofrendo pequenas reformas e, desde 1987, quando foi desativado o ramal, abrigando outros usos.

Figura 35 – Estação de Ytu, edifício original recebendo a chegada do Presidente do Estado de São Paulo, 1906



Fonte: Estações Ferroviárias, 2015.

Figura 36 – Atual prédio da Estação de Itu, 2013



Fonte: Estações Ferroviárias, 2015.

Em 2013 foi apresentado um projeto de reabilitação da estação como parte do projeto em elaboração do Trem Republicano, a ser realizado sob forma de parceria público-privada (PPP). Nele consta a construção e restauro do conjunto de obras do local que inclui estação com trenzinho, espaço criança, museu ferroviário, prédio de serviços, passarela, além de dar apoio ao campo de futebol do Estádio Municipal Álvaro de Souza Lima, que está ao lado da área. Essas obras serão de responsabilidade da iniciativa privada, ficando com o poder público o pagamento por aproximadamente 27 mil m² referente à metade da área de intervenção para ser utilizado na construção dos prédios do hotel, centro comercial e do teatro.

Figura 37 – Projeto discutido com o conselho gestor durante audiência pública, novembro de 2013



Fonte: ITU, 2013b.

Na proposta apresentada na audiência pública ocorrida em 11 de novembro de 2013 para o conselho gestor (Figura 37), o parceiro da iniciativa privada ficaria ainda responsável pelas requalificações de áreas verdes, praças e estações esportivas, sendo elas:

- centro cultural, esportivo e de lazer José Piunti “Titi”;
- centro esportivo e de lazer “Profº André Franco Montoro”;
- centro esportivo e de lazer “Fonte Nova”;
- centro esportivo e de lazer “1º de Maio”;
- centro esportivo “João dos Santos”;
- centro esportivo “Roque da Silva”;
- estádio municipal “Dr. Álvaro de Souza Lima”;
- ginásio municipal de esportes “Dirceu Cordeiro da Silva”;
- Praça da Independência (Largo do Carmo);
- Praça Padre Anchieta (Largo do Bom Jesus);
- Praça Padre Miguel (Largo da Matriz);
- Praça D. Pedro I (Largo do Cruzeiro);
- implantação da Praça Periscópio (projeto Vamos Fazer Juntos); e

- pista de *skate* próxima ao Estádio Novelli Júnior.

Também seriam assumidos pela PPP os seguintes imóveis ou monumentos para restauro e conservação:

- Mercado Municipal;
- Espaço Cultural Almeida Júnior;
- Escola Convenção de Itu;
- Cruzeiro da Praça D. Pedro I (Largo do Cruzeiro).

1.3.2.2 DEMAIS PROJETOS EM ANDAMENTO

De acordo com a Secretaria Municipal de Planejamento, há um projeto de acessibilidade das principais vias do centro em andamento. Também será licitado o Plano de Mobilidade Urbana de Itu, em que será dada prioridade para o Centro Histórico. Esse projeto consta no *site* Portal da Transparência como em execução, com valor global de 138.625,00 reais. A justificativa apresentada para a proposta é que, pelo fato de o Centro Histórico ser uma importante área de patrimônio edificado, incluindo seu traçado urbano e o sistema de áreas livres e praças, tem uma grande diversidade de uso do solo e intensa movimentação de pedestres e automóveis. O plano visa a redução dos conflitos entre os diferentes modos de locomoção e a moderação do tráfego local, por meio da elaboração de projetos de melhoria da acessibilidade e outras ações conjuntas que promovam melhores condições para os pedestres como forma de locomoção, além da sinalização visual.

1.4 BENCHMARKING DE TRANSFORMAÇÃO E REQUALIFICAÇÃO DE CENTRO HISTÓRICO

Aqui será apresentado um estudo de caso⁶ de proposta de requalificação do centro histórico de Santana do Parnaíba para subsidiar a elaboração da proposta conceitual de requalificação do Centro Histórico de Itu. É a proposta vencedora do Concurso Público Nacional de Propostas para Santana de Parnaíba. Um projeto não realizado, mas que tem evidente semelhança com o Centro Histórico ituano, principalmente pelos fatores históricos de ocupação e formação, seu tamanho aproximado, morfologia do patrimônio edificado e, sobretudo, pela compreensão do desafio face as condicionantes locais.

Em 2003, a Prefeitura Municipal de Santana do Parnaíba, por meio da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, e o Instituto dos Arquitetos do Brasil (IAB-SP), propuseram um concurso nacional de projetos para a requalificação de seu centro histórico. A proposta vencedora foi dos arquitetos mineiros André Luiz Prado Oliveira e Bruno Santa Cecília, que será objeto desta análise.

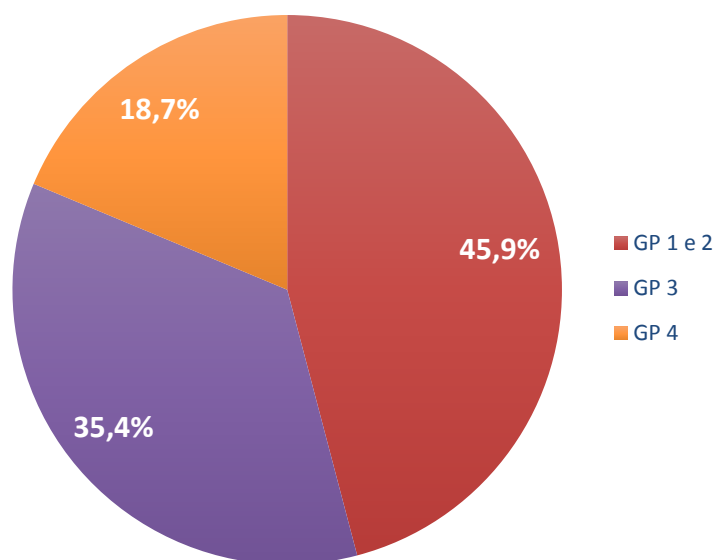
Partindo do resgate dos principais fatores históricos, os autores buscaram reafirmar o caráter simbólico que o centro histórico tem, como o período de formação inicial da ocupação promovida pelas expedições das entradas e bandeiras pelos caminhos abertos pelos povos indígenas na busca de minerais preciosos; posteriormente o período de estagnação econômica ocorrida durante o fim da era colonial e em todo o período do império; e por último, a chegada da energia elétrica e o desenvolvimento

⁶ Inicialmente, a proposta era incluir Salvador/BA dentre os estudos de caso para o Eixo 1, mas durante a pesquisa foi constatado que o projeto tem escalas de transformações e de questões sociais distintas do caso de Itu.

urbano promovido pelo surgimento do setor industrial, ocorridos entre o final do século XIX e início do século XX.

A proposta, que consiste em criar condições para um amplo processo de requalificação urbana, tem também a premissa de potencialização da atividade turística, tirando partido da proximidade da cidade de São Paulo e do acesso fácil às redes de serviços locais e regionais. Considera a unidade do conjunto arquitetônico, preservando a coexistência harmônica do patrimônio edificado em relação aos espaços públicos, identificando os graus de proteção definidos pelos órgãos de preservação a fim de identificar os elementos “dissonantes” e orientando intervenções corretivas ou atenuantes nesses locais. Foram identificados quatro grupos de grau de preservação (Figura 38).

Figura 38 – Patrimônio edificado de Santana do Parnaíba por grau de preservação



Fonte: André Luiz Prado Oliveira e Bruno Santa Cecília, 2003.

A proposta é pautada na manutenção do traçado original e de seu patrimônio edificado. No entanto, a compreensão da cidade como um organismo dinâmico que deve se ajustar conforme as necessidades fez com que fossem adotadas modificações de uso em algumas das edificações, no sentido de criar uma linguagem unificadora.

A proposta também contempla a inserção de novos elementos de projeto que contribuem para atender às demandas urbanas e das atividades socioeconômicas, estabelecendo uma relação de equilíbrio e manutenção da unidade do conjunto. Quanto a isso, os autores afirmaram:

Procurou-se priorizar a negação de qualquer imitação do antigo, tanto nas propostas de intervenção sobre objetos construídos como em novos objetos propostos. Trata-se de assumir uma atitude de proposição e respeito em relação ao antigo ao não copiá-lo simplesmente, mas sim contrapô-lo ao novo, promovendo uma convivência harmoniosa entre eles e de valorização recíproca.

A proposta separa as diretrizes em dois recortes territoriais: o centro histórico e suas áreas envoltórias.

Figura 39 – Proposta de requalificação de Santana de Parnaíba (1)

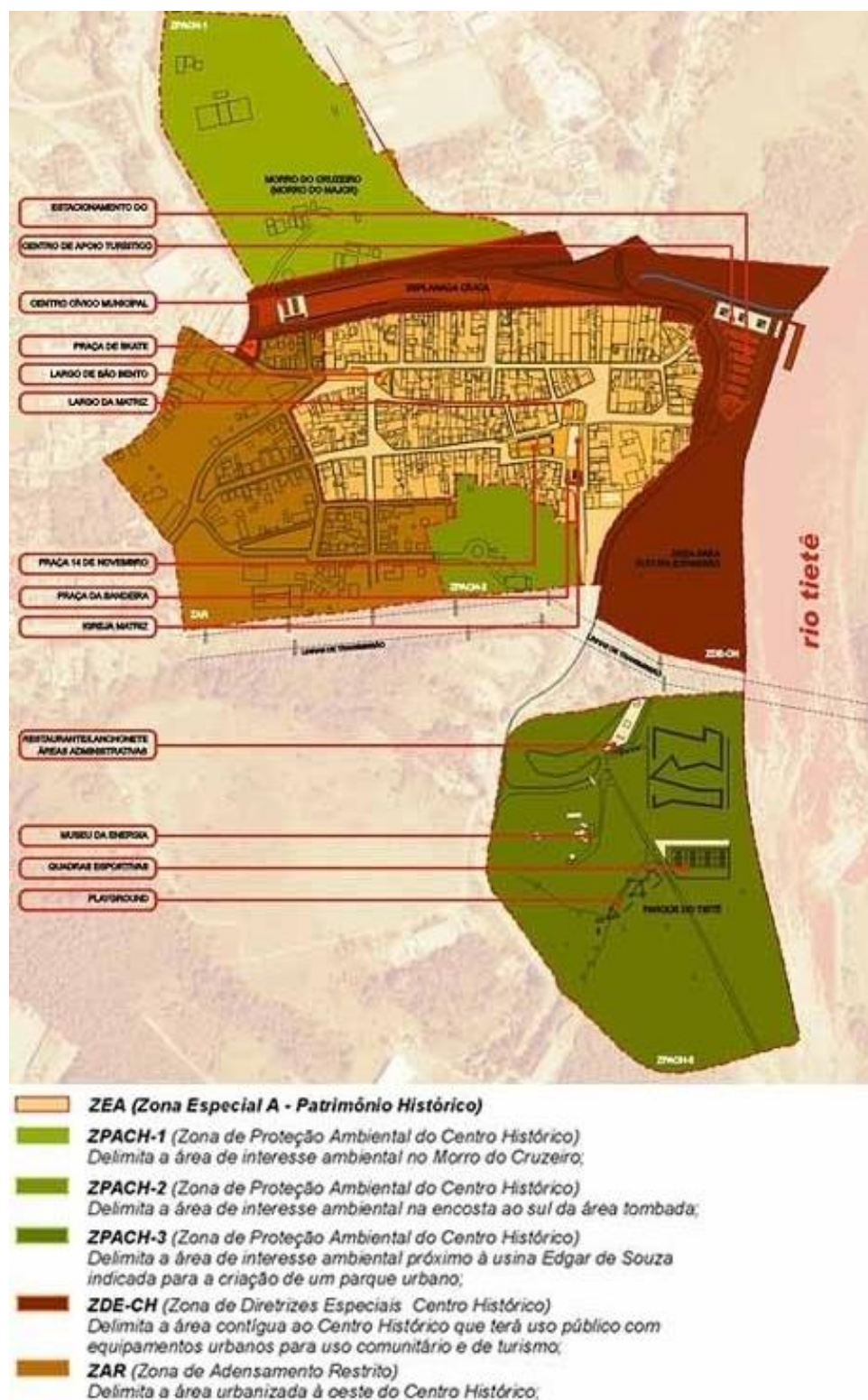


Figura 40 – Proposta de requalificação de Santana de Parnaíba (2)



Fonte: André Luiz Prado Oliveira e Bruno Santa Cecília, 2003.

Figura 41 – Proposta de requalificação de Santana de Parnaíba (3)



Fonte: André Luiz Prado Oliveira e Bruno Santa Cecília, 2003.

Para o Centro Histórico, as diretrizes foram as seguintes (Figura 41).

- Ampliação dos limites do centro histórico: buscou a ampliação do limite de tombamento estadual em consonância com o plano diretor através da criação da ZEA (Zona Especial A – Centro Histórico).

- Definição do uso do solo:
 - manutenção da população residente com a finalidade de criar condições para evitar o seu esvaziamento à noite e em finais de semana e reforçar o sentimento de pertencimento e maior senso de responsabilidade pelo uso dos espaços públicos e do património edificado;
 - foram definidos os tipos de uso conforme a classificação do grau de preservação⁷: grupo de preservação (GP) 1 – uso residencial; GP2 – uso residencial; GP3 – uso residencial, comercial e misto; GP4 – uso residencial, comercial e misto;
 - manutenção de usos existentes de carácter comunitário que contribuem para a dinâmica socioeconómica e cultural local;
 - incentivo às atividades ligadas ao turismo através de isenção de impostos e demais facilidades promovidas pelo poder público municipal.
- Propostas para miolos de quadra:
 - taxa de permeabilidade que preserve a massa arbórea existente nos miolos de quadra, uma vez que as ruas do centro histórico não comportam arborização por serem muito estreitas (em torno de 30% da área do lote);
 - manutenção dos miolos de quadras como áreas privadas, pertencentes aos seus respectivos lotes, evitando assim a oneração do poder público e possíveis formações de “becos” com pouco uso decorrente das restrições de acesso.
- Restrição ao tráfego de veículos:
 - restrição ao tráfego de automóveis por razões de não compatibilidade com o porte do sistema viário que é composto por ruas e passeios públicos estreitos, da seguinte forma: (1) restrição de veículos médios e leves em finais de semana, feriados e dias de festividades, momentos de maior fluxo de visitantes; (2) restrição total ao tráfego de veículos pesados, ficando restritos também horários de carga e descarga, permitido apenas para veículos médios em horários definidos.
 - criação de balizadores de concreto para a restrição de veículos com a definição de dois acessos para veículos pesados e médios, para situações especiais;
 - criação de estacionamentos como estruturas de apoio à restrição do tráfego de automóveis, mas que incluam segurança para os visitantes e promovam a utilização pelos pedestres mais segura também.
- Intervenções arquitetônicas:
 - aplicação dos instrumentos urbanísticos previstos no Estatuto da Cidade (Lei nº 10.257/2001) que combatam a presença de vazios urbanos, terrenos ociosos que não cumpram a função social de propriedade e são empecilhos ao processo de requalificação urbana, como o IPTU Progressivo, incentivos fiscais etc.;
 - criação de órgão municipal responsável pela fiscalização do centro histórico, com levantamentos fotográficos e laudos técnicos dos imóveis tombados (inventário municipal);

⁷ Tal medida tem a finalidade de evitar o processo de especulação imobiliária, restringindo os usos comercial e misto em 40% dos imóveis correspondentes aos grupos 1 e 2 de preservação. Também tem a finalidade de evitar a concentração de determinado uso, uma vez que a disposição do património edificado por grau de preservação encontra-se dispersa no território.

- adoção de consórcio imobiliário para auxiliar os proprietários sem recursos suficientes a cumprir as intervenções solicitadas, conforme previsto no artigo 46 do Estatuto da Cidade.
- Praças e largos:
 - reconhecimento e valorização das atividades exercidas nos espaços públicos;
 - adoção de soluções que visam a desoneração do poder público na manutenção dessas áreas;
 - manutenção e preferência por espécies arbóreas nativas ou que fazem parte da composição paisagística local.
- Equipamentos urbanos: com a finalidade de responder melhor às necessidades atuais, são os elementos novos, de linguagem arquitetônica atual, usando concreto aparente e elementos metálicos pintados na cor verde, fazendo referência à arborização local.

Para as áreas envoltórias, são propostas: o Morro do Cruzeiro; a encosta sul; o Parque Tietê; o Centro de Apoio Turístico; o Centro Cívico Municipal; a zona de adensamento restrito, definindo seus limites:

- Zona de Proteção Ambiental do Centro Histórico (ZPACH) 1: delimita a área de interesse ambiental no Morro do Cruzeiro;
- ZPACH-2: delimita a área de interesse ambiental na encosta ao sul da área tombada;
- ZPACH-3: delimita a área de interesse ambiental próximo à usina Edgar de Souza indicada para a criação de um parque urbano;
- Zona de Diretrizes Especiais do Centro Histórico (ZDE-CH): delimita a área contígua ao centro histórico que terá uso público com equipamentos urbanos para uso comunitário e de turismo;
- Zona de Adensamento Restrito (ZAR): delimita a área urbanizada à oeste do centro histórico.

A análise desse projeto foi levada em conta para os planos de massas apresentados na Parte III deste trabalho.

2 EIXO 2: PERTENCIMENTO DA POPULAÇÃO E RIQUEZAS NATURAIS E CULTURAIS

A vocação turística do município de Itu é percebida pelas lideranças do setor turístico. No entanto, para grande parte da população, a atividade turística é indiferente, seja por falta de acesso aos equipamentos e serviços turísticos, seja pela prioridade aos postos de trabalho no setor industrial. Os jovens consideram-se excluídos do turismo, tanto para consumo como enquanto oportunidade de trabalho; reconhecem o valor histórico da cidade, mas o associam às obrigações escolares e não têm oportunidade de usufruir das atividades de lazer oferecidas em meio à natureza (IBOPE, 2008).

O PDT 2009 já recomendava em suas diretrizes que houvesse o estímulo ao sentimento de pertencimento e valorização da comunidade, para minimizar o distanciamento existente entre a população e o município. Além disso, a necessidade de mobilização da população em relação à atividade turística foi apontada em diversas entrevistas realizadas com atores do turismo, do setor público e da iniciativa privada, nos dias 08 e 09/09/2014.

Conforme os relatos em reunião com a Secretaria de Turismo, Lazer e Eventos e também na reunião de partida, a procura pelos roteiros oferecidos no período da Copa do Mundo, inclusive por moradores, foi excelente, gerando lista de espera. Projetos assim impactam diretamente no sentimento de pertencimento da população, além de apoiar o fortalecimento dos roteiros locais.

Alguns entrevistados integrantes do Grupo Gestor de Turismo também mencionaram a questão. Por exemplo, o representante dos guias conversou sobre a necessidade dessa categoria profissional, bem como de todo o *trade*, ter ações voltadas à população. O representante do setor de alimentação mencionou possibilidades de iniciativas que privilegiem não só o turista mas também a população, como festivais de gastronomia (nos restaurantes) para uma faixa de renda mais elevada, ou feiras gastronômicas de rua, como acontece na Virada Cultural de São Paulo, com preços populares.

O Plano de Governo de Itu da atual gestão prioriza o programa Bem-vindo a Itu, elegendo as seguintes propostas: Trilha do Saber para crianças; oficinas turísticas para o público em geral; sensibilização turística para comerciantes e prestadores de serviços; sensibilização turística para servidores públicos.

A questão, no entanto, não se limita à sensibilização – e não é um ponto de mera retórica, mas de concepção metodológica do desafio. Não se trata apenas de “alertar” a população ituana em relação ao turismo para o desenvolvimento do setor, em uma atitude paternalista e de tutela. O verdadeiro sentimento de pertencimento não contribui apenas para a atividade econômica, mas para o bem-estar social. A valorização do lugar traz em si a construção da identidade coletiva e da cidadania, a proteção de ter uma raiz e de sentir que o lugar nos pertence, de cuidar e de ser cuidado. Gostar de onde se vive torna a vida melhor. E, como externalidade, apenas, ajuda a motivar o turismo.

Assim, o objetivo deste eixo estratégico é criar mecanismos para estimular o sentimento de pertencimento da população. A intenção é que a população local possa se apropriar das riquezas naturais e culturais do município e se orgulhar da cidade onde vive.

Os itens a seguir descrevem a metodologia para o desenvolvimento deste eixo, as informações levantadas relevantes e as características de público definidas. Os projetos priorizados são apresentados na Parte III deste trabalho.

2.1 METODOLOGIA

Os procedimentos propostos para desenvolver estudos sobre este eixo foram:

- entrevistas com o poder público municipal para apurar o interesse e discutir as formas de trabalho com crianças e jovens;
- consultas ao *trade* turístico (meios de hospedagem e estabelecimentos de alimentação) sobre a disponibilidade e os meios para receber o ituano em geral;
- levantamento de possibilidades de ações conjuntas com entidades locais para capacitação de servidores públicos;
- sistematização e consolidação dos interesses dos públicos-alvo das ações;
- priorização de projetos em oficina participativa⁸;
- desenvolvimento e detalhamento dos projetos.

2.2 CARACTERIZAÇÃO

Os itens a seguir fazem uma caracterização do tema deste eixo. Além de pesquisas de fontes secundárias, para o levantamento de informações preliminares, foram realizadas as seguintes entrevistas, nos respectivos dias e locais:

- 30/01/2015, Márcia Regina Valente Perez Maia, diretora do Departamento de Ensino Fundamental, nas dependências da Secretaria Municipal de Educação;
- 30/01/2015, Marilda Cortijo, secretária de Educação, na Secretaria de Educação;
- 30/01/2015, Ângela Maria Lopes Ferraz de Almeida, secretária de Promoção e Desenvolvimento Social, na própria Secretaria;
- 12/02/2015, Katherine Silva, diretora-presidente do Instituto do Legislativo Ituano (ILI), na Câmara de Vereadores da Estância Turística de Itu;
- 25/02/2015, Ivone Garcia do Prado, diretora do Departamento Técnico Pedagógico e responsável pela Escola de Formação do Servidor Público Municipal (EFOSP), na Secretaria de Educação;
- 25/02/2015, Atílio Antonio Scalet, diretor da Escola Técnica Estadual (ETEC) Martinho di Ciero e vice-presidente do COMTUR;
- 12/03/2015, Natalie Morelo (gerente comercial) e Marco Botelho (diretor superintendente) do Road Shopping;
- 12/03/2015, Ana Paula Sbrissa, responsável pelo Museu da Energia, presidente do Conselho Municipal de Cultura e presidente do Conselho Municipal de Turismo;
- 12/03/2015, Alice Meireles Matheus, proprietária da Fazenda Canaverde;
- 12/03/2015, por telefone, com gestores dos seguintes empreendimentos: Armazém do Limoeiro, Brasil Kirin, Camping Casarão, Clube de Cãompo, Espaço Fábrica São Luiz, Fazenda das Pedras, Fazenda do Chocolate, Fazenda Ingazinho, Fazenda Capoava, Museu da Música e Restaurante Bar do Alemão;

⁸ A Parte II deste trabalho mostra a priorização de projetos feita em oficina participativa dedicada a este eixo. Não são apresentados projetos para trabalhos que não foram priorizados, mas registra-se como recomendação dos autores.

- 31/03/2015, Rita Maria Zacharias, proprietária do Camping das Pedras;
- 08/04/2015, Victor Terraz, coordenador do Brasil Kirin Tour;
- 08/04/2015, Luis Roberto de Francisco, coordenador de acervo do Museu da Música;
- 08/04/2015, Débora Nunes, proprietária do Armazém do Limoeiro.

2.2.1 Crianças e jovens

O Quadro 1 mostra ações para crianças e jovens já desenvolvidas por escolas municipais no que diz respeito à temática deste eixo, iniciativas dos Centro de Referência de Assistência Social (CRAS) e projeto em elaboração da ETEC Martinho di Ciero.

Quadro 1 – Ações em curso: Itu e crianças e jovens

Ações desenvolvidas				
Responsável	Ação	Descrição	Atendidos (2014)	Observação
Secretaria Municipal de Turismo	Visita: Trilha do Saber	Apresentação da história e cultura de Itu, visitando: Igrejas do Bom Jesus, N. S. da Candelária e N. S. do Carmo, museus da Energia e Republicano e Fábrica São Luiz. Duração média de 3 horas.	300	Criada em 2005, para sensibilizar ituanos sobre seu patrimônio
Secretaria de Educação do Estado de São Paulo	Visita: Museu da Energia	Projeto “Lugares de Aprender” visa promover o acesso de professores e alunos da rede pública estadual paulista de ensino a museus, centros, institutos de arte e cultura e a parques, como atividade articulada ao desenvolvimento do currículo, e foi concebido em acordo com a Proposta Curricular do Estado de São Paulo.	1.429 alunos de Itu e 2.824 de outras cidades	Dificuldades com transporte.
Secretaria Municipal de Educação	Visita: Museu da Música	Visita ao Museu no término dos projetos desenvolvidos pelas professoras da rede municipal.	960 alunos do 4º. e 5º. ano	Prof. Luiz Roberto faz trabalho voluntário
CRAS – Oficinas do Proteção e Atendimento Integral à Família (PAIF), e serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos	Para crianças	<ul style="list-style-type: none"> • Projeto Brincar • Artesanato com reciclagem • Oficina de artes • Teatro 		Atividades envolvendo jogos, artes, etc.
	Para adolescentes e jovens	<ul style="list-style-type: none"> • Grafismo clássico • Teatro 		
ETEC Martinho di Ciero - ETEC	Turismo ambiental (em fase de elaboração)	Trata-se de uma trilha ecológica de 4,5 km que pode ser percorrida a pé ou de bicicleta.	Atenderá alunos e pais de aluno.	Pode ser estendido desde que haja apoio municipal para garantir a segurança.

São 25 escolas municipais de ensino fundamental I (1º a 5º ano), que atenderam, em 2014, 9.984 alunos. O município também é responsável pelo ensino de jovens e adultos (EJA), com aproximadamente 2.000 alunos no mesmo ano.

A Secretaria Municipal de Educação mostrou disposição para projetos que envolvam o turismo, mas alertou que as prioridades e as dificuldades são muitas. Além disso, informou que cada escola é responsável pelo seu projeto pedagógico, de modo que o calendário escolar para visitas, por exemplo, é definido em cada unidade. No âmbito

da educação municipal, além das visitas, trabalhos em sala de aula que visam o conhecimento da história de Itu e a valorização de seu patrimônio cultural (material e imaterial) e natural são desenvolvidos por cada escola, de modo independente.

Há uma oportunidade, aqui, de troca de experiências entre diretores e docentes, em oficina dedicada especialmente ao tema de pertencimento. Além disso, ações de formação de formadores, com construção coletiva de possibilidades educacionais em sala de aula, a partir de conteúdos já desenvolvidos, podem contribuir para a desejável valorização do lugar⁹.

A Secretaria Municipal de Educação demonstra interesse na possibilidade de proporcionar outras experiências de visitas aos estudantes, como roteiro rural, mas coloca que os impasses para usufruir melhor o turismo dizem respeito aos custos altos para crianças de famílias de baixa renda e ao orçamento limitado da pasta. Quanto ao EJA, demonstra interesse por ações relacionadas ao Eixo 3.

De responsabilidade da Secretaria de Promoção e Desenvolvimento Social, atividades lúdicas e de artes podem ser aproveitadas para trabalhar o tema da relação com a cidade. Ações nesse sentido também poderiam ser desenvolvidas¹⁰.

A ETEC acena com a possibilidade de estender o projeto de turismo ambiental a toda a população durante o ano todo, de forma a proporcionar mais uma opção de lazer ao ituano. Além disso, as instalações da escola também poderiam ser aproveitadas (Figura 42).

Figura 42 – Instalações da ETEC



Fonte: Ágere, 2015.

2.2.2 População em geral

Empresários e organizações relacionadas ao turismo de Itu foram preliminarmente consultados sobre as possibilidades de receber a população local para experiências em equipamentos e atrativos turísticos, especialmente famílias de baixa renda, que têm menos oportunidades de contato com essas opções de lazer e cultura.

A consulta inicial de disposição e disponibilidade para receber ituanos, a custo reduzido ou inexistente, foi feita com empresas do *trade* turístico indicadas pela PROTUR¹¹, contemplando os seguintes empreendimentos: Armazém do Limoeiro, Brasil Kirin, Camping Casarão, Camping Carrion, Clube de Cãampo, Espaço Fábrica

⁹ Estas ações não foram priorizadas em oficina participativa sobre o tema.

¹⁰ Idem.

¹¹ Em reunião com a Presidente em 12/02/2015.

São Luiz, ETEC Martinho di Ciero, Fazenda Cana Verde, Fazenda Capoava, Fazenda das Pedras, Fazenda do Chocolate, Jardineira Paulistinha, Museu da Energia, Museu da Música, Parque Maeda, Plaza Shopping Itu, Rancho da Picanha, Restaurante Bar do Alemão e Road Shopping.

O Restaurante Bar do Alemão declarou não ter interesse em participar. Não se obteve resposta dos seguintes empreendimentos indicados: Camping Carrion, Fazenda do Chocolate, Jardineira Paulistinha, Parque Maeda, Plaza Shopping Itu, Rancho da Picanha. Os demais se mostraram interessados – o Quadro 2 sintetiza o posicionamento de cada um dos empreendimentos abertos para a participação em ações relativas ao Eixo 2.

Quadro 2 – Empreendimentos interessados

Empreendimento/ responsável	Custos	Possibilidades de ação
Armazém do Limoeiro Débora Nunes	Buscaria patrocínio (transporte, monitor, grupo de teatro)	Visitas para crianças de baixa renda, percorrendo trilha Pontilon acompanhadas da Companhia do Limão (teatro com saci e outros personagens mostram a importância de respeitar a natureza).
Brasil Kirin Érica	Gratuito	Visita à fábrica com degustação adequada à faixa etária. Foi realizada pela equipe em 13/01/2015. As visitas guiadas focam nas instalações, produção, produtos e ações de responsabilidade socioambiental. O ingresso custa R\$ 10,00 e dá direito a um brinde (um copo da marca) e a uma degustação. Há Centro de Recepção com estrutura para apresentação da empresa e da Fazenda São Luiz, que pertence ao grupo e realiza diversos projetos ambientais. Com toucas e fones de ouvido, os visitantes passam pela caldeiraria, xaroparia, estação de tratamento dos dejetos industriais, galpão de armazenamento de produtos não alcóolicos, estação de tratamento da água, silos, cozinha cervejeira e Toca do Tatu, onde há exposição de produtos. Um empório vende produtos da empresa e <i>souvenirs</i> .
Camping Casarão Thaís Yumy Lerner	R\$ 25,00 adulto e R\$ 12,50 criança até 10 anos	<i>Day use</i> aos sábados.
Clube de Cãompo Aldo Macellaro Jr.	Gratuito	Assistir eventos de <i>agility</i> (prova de percurso com obstáculos para cães), duas vezes por ano.
Espaço Fábrica São Luiz Ricardo Pacheco	Gratuito ou com desconto	Visitas monitoradas, regularmente com taxa de R\$ 6,00 por pessoa com direito a explanação sobre a história, visitação nas áreas fechadas e brinde ao final.
ETEC Martinho di Ciero Atílio Antonio Scalet	Gratuito	Abrir escola em datas especiais para visitas. Estender o projeto de turismo ambiental a toda população durante o ano todo, de forma a proporcionar mais uma opção de lazer ao ituano.
Fazenda Cana Verde Alice Meireles Matheus	Em estudo	Visitas – desde que o grupo consiga guia e transporte – à plantação de café e explicar o processo, mostrar a casa sede e a capela. Pode oferecer café da manhã depois do <i>tour</i> . Fazenda pode fazer parte de um roteiro pelo bairro do Pedregulho, pois fica próxima ao Armazém do Limoeiro, Capoava e outras.

Empreendimento/ responsável	Custos	Possibilidades de ação
Fazenda Capoava Débora de Almeida Prado	Mensalmente, terças ou quintas-feiras. De 20 a 30 pessoas por visita. R\$ 10,00 por pessoa	Visita à casa sede, espaço memória e roteiro dos bichos. Chá da tarde (cesta de frutas, bolachinhas da fazenda, um tipo de bolo doce, um tipo de salgado, torradinhas, patê e geleia, manteiga, café, leite e água aromatizada). Tempo estimado de 3 horas de duração. Já faz esse roteiro com escolas.
Fazenda das Pedras Rita Maria Zacharias	Gratuito	<i>Day use</i> para crianças de escolas públicas, nos dias de semana, mediante agendamento. Cada criança (ensino fundamental ou médio) deve levar seu lanche e é necessário providenciar transporte. A escola deve mandar professor/monitor.
Museu da Música Luiz Roberto	Necessidade de conseguir recursos para pagamento dos funcionários envolvidos (R\$ 100,00 por dia)	Possibilidade de abrir o Museu aos sábados ou domingos, gratuitamente para população ituana, com ação educativa, cuja temática é alterada anualmente – em 2015, o tema é “Moda de Viola”. Uma professora e um monitor fazem apresentação interativa, interpretando personagens para explicar como surgiu determinada manifestação cultural (Figura 43).
Road Shopping Natalie Morelo (gerente comercial) e Marco Botelho (diretor superintendente)	Gratuita visita com pipoca e algodão doce. Para eventos, custo é de limpeza da área de eventos.	O Shopping é distante (30 km) e não é frequentado pelo ituano. Aberto a parceria, provavelmente no formato de eventos: área de 9 mil m ² , com arquibancada, pode ser cedido cobrando custo de limpeza (dois mil reais). O Shopping já recebe grupos escolares que estão de passagem em alguma excursão e oferece pipoca e algodão doce. Não acredita ser possível uma ação com lojistas da Praça de Alimentação, por exemplo desconto em determinado dia.
Museu da Energia Ana Paula Sbrissa	Gratuito todas as 4 ^{as} feiras, das 10h às 17h	O Museu tem premiação por suas ações educativas (1) e um calendário de atividades desenvolvido em acordo com a Rede Museu da Energia. Durante todo o ano são realizadas exposições temporárias, oficinas, cursos, ações educativas e eventos culturais como o Arte no Beco. Oferece também 500 ingressos gratuitos a escolas públicas (municipais e estaduais) da cidade e região, concedidos mediante apresentação de projetos de acordo com as diretrizes constantes em edital (FUNDAÇÃO ENERGIA E SANEAMENTO, 2015)

Fonte: Ágere, 2015.

Nota: (1) Implantado pelo setor educativo do Museu da Energia de Itu, em 2012, o Programa de Formação de Público recebeu o Prêmio Darcy Ribeiro, concedido pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), no mesmo ano, reconhecendo e valorizando as práticas e ações de educação museal que, por meio das diversas relações de mediação com os públicos, convidem à apropriação, em sentido amplo, do patrimônio cultural, valorizando-o e promovendo sua preservação. Instituições parceiras: Ceunsp, Lar Escola Santo Inácio, Centro Educacional Madre Teodora, EMEJA Profa. Maria da Glória.

Cabe destacar a experiência do projeto Bem-Vindo aos Museus. Desenvolvido em 2013 pela PROTUR em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura e os Museus da Energia, da Música, Republicano e do Quartel, o projeto era voltado a taxistas, frentistas, policiais militares e municipais, atendentes da rede hoteleira e comerciantes, que eram incentivados a visitar o patrimônio cultural e histórico de Itu. Passaportes eram carimbados na passagem por esses museus e, ao completar todo o documento, brindes e prêmios exclusivos das empresas parceiras eram sorteados. O projeto teve baixa aceitação por parte do público-alvo (ITU, 2013).

Apesar de as opções abertas por empresários e gestores, preliminarmente, nem sempre serem ideais, percebe-se um desejo de contribuir, que pode ser objeto de

negociação. Por outro lado, há algum receio em relação aos resultados, cujos aspectos negativos podem ser prevenidos se as ações forem bem planejadas, monitoradas continuamente e redirecionadas sempre que necessário.

Figura 43 – Visita de crianças ao Museu da Música



Fonte: Ágere, 2015.

Vários atores poderiam apoiar a organização das visitas. Os Clubes de Mães realizam regularmente passeios com as associadas, em Itu e outras cidades. Em Itu, já visitaram o eixo histórico e empreendimentos como Pesqueiro Maeda, Chácara Rosário e Armazém do Limoeiro; em outras cidades, já foram a Jaguariúna visitar a Maria Fumaça, a museus em São Paulo e a bazares para ver artesanatos diferenciados¹². A Secretaria Municipal de Educação pode apoiar junto a escolas, ao EJA e à Universidade do Trabalhador (UNIT) Dr. Abel dos Santos Nunes¹³. O CCP também pode ser envolvido.

2.2.3 Servidores públicos

Duas instituições principais de Itu podem apoiar projetos específicos ligados ao sentimento de pertencimento do servidor público: a Escola de Formação do Servidor Público Municipal (EFOSP) e o Instituto do Legislativo Ituano (ILI).

Fundada em maio de 2007 por decreto municipal, a EFOSP objetiva capacitar funcionários públicos da Prefeitura em exercício, atualmente cerca de 4.300. Até 2014, já foram oferecidas 952 horas de cursos, que atenderam 6.210 servidores públicos. Os participantes dos cursos recebem certificados que auxiliam na progressão de carreira. Mais da metade dos cursos são de caráter técnico, dirigidos às necessidades das secretarias municipais. Os demais são de conhecimentos gerais, incluindo palestras motivacionais. As possibilidades vistas para apoiar o envolvimento do

¹² O Clube de Mães paga com recursos próprios, arrecadados com os bazares que são realizados pelas dirigentes.

¹³ Mantém cursos gratuitos de corte e costura, desenho técnico mecânico, informática básica e marcenaria no antigo prédio da Estação Ferroviária.

servidor público com a cidade passam pela oferta de palestras, desde que, segundo a diretora, tenham um caráter motivacional e sejam realizadas no horário de trabalho, entre 8h e 17h. Com palestrantes renomados, já atraindo 400 pessoas. O auditório é próprio, pode ser cedido, e a divulgação proposta é por meio de comunicado a todas as secretarias e por intermédio de assessoria de imprensa.

A segunda instituição, ligada à Câmara dos Vereadores da Estância Turística de Itu, realiza diversos cursos e palestras com foco na educação e sensibilização da população para temas atuais e relevantes, com média de 40 participantes em cada atividade¹⁴. Em 2014, foram realizados 25 eventos de cunho educativo, totalizando 150 horas de atividades, que contaram com cerca de 1.000 participantes. Em parceria com a Secretaria de Turismo, o ILI já realizou evento para comemorar a posse do Grupo Gestor e homenagem aos colaboradores da cidade do setor turístico, no Dia Municipal de Turismo (3 de março).

Uma atividade de promoção de cidadania mantida permanentemente é a visita à Câmara por alunos do ensino médio, cidadãos de Itu e funcionários do legislativo de outros municípios, por meio do programa Bem-vindo à Câmara. Para este eixo, há oportunidades em alguns eventos já realizados pelo ILI e interesse da instituição¹⁵:

- Café com Legislativo: evento mensal para tratar de temas diversos, tais como assédio moral, pedofilia, cultura, fotografia, combate à Aids (em parceria com CRAS), fotografia. Temas ligados ao patrimônio natural e cultural de Itu podem ser incluídos, por exemplo Itu Berço da República, Fazendas Históricas de Itu, Mercado de Trabalho no Turismo etc.
- ações com vereadores e servidores¹⁶: o ILI sugere organizar um *tour* histórico com vereadores e funcionários da Câmara, com possibilidade de incluir a área rural, principalmente fazendas históricas.

Há estrutura para divulgação: jornais da cidade, *e-mail* marketing para cerca de 2.000 pessoas cadastradas, *site* da Câmara de Vereadores e *sites* de notícias da cidade.

Outros exemplos de ações já realizadas pelo ILI são: o curso de patrimônio histórico e industrial, realizado em quatro semanas, com carga horária de 12 horas-aula, que incluiu visita à Fábrica São Luiz; e cursos sobre Almeida Júnior e a Imperatriz Leopoldina para alunos do EJA.

2.3 PÚBLICOS-ALVO

Este Eixo foi desenvolvido tendo em mente os públicos-alvo constantes do Quadro 3. De modo geral, as possibilidades de contemplá-los levantadas nas entrevistas realizadas são detalhadas a seguir.

¹⁴ Alguns cursos previstos para 2015 são: LIBRAS para servidores públicos, administração política, análise dos dados do IBGE (em parceria com a instituição), cerimonial e etiqueta.

¹⁵ Há estrutura para divulgação: jornais da cidade, *e-mail* marketing para cerca de 2.000 pessoas cadastradas, *site* da Câmara de Vereadores e *sites* de notícias da cidade.

¹⁶ São 13 vereadores, 25 funcionários efetivos, 39 funcionários comissionados e 5 diretores.

Quadro 3 – Públicos-alvo do Eixo 2

Público/ Possibilidades	Crianças e jovens	População em geral	Servidores públicos
Caracterização	Estudantes de escolas públicas	Prioritariamente residentes em áreas de baixa renda	Profissionais da Prefeitura Municipal de Itu
Possível apoio de divulgação e organização	Secretaria Municipal da Educação, Secretaria de Turismo	CRAS e CREAS, Secretaria de Turismo, PROTUR	ILI e EFOSP, Secretaria de Turismo, PROTUR
Atuação	<ul style="list-style-type: none"> • Formação de formadores • Materiais didáticos • Educação regular • Visitas técnicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Lazer • Resgate histórico • Oficinas • Contação de histórias 	<ul style="list-style-type: none"> • Lazer • Capacitação vivencial • Oficinas • Palestras e eventos
Visitas e lazer	<ul style="list-style-type: none"> • Museus • Parques • Trilhas • Área rural • Empreendimentos privados 	<ul style="list-style-type: none"> • Museus • Parques • Trilhas • Área rural • Empreendimentos privados 	<ul style="list-style-type: none"> • Museus • Parques • Trilhas • Área rural • Empreendimentos privados

Foi promovida uma oficina participativa para discutir as possibilidades de ações, relatada na Parte II deste trabalho. As prioridades definidas de modo coletivo estão detalhadas na Parte III.

3 EIXO 3: ENVOLVIMENTO DA POPULAÇÃO E GERAÇÃO DE TRABALHO E RENDA

O objetivo deste eixo é estudar as possibilidades e elaborar projeto com encaminhamento adequado para aumentar o envolvimento da população na atividade turística, gerando novas alternativas de trabalho e renda.

O turismo permite absorver profissionais de áreas de produção associada, como artesanato, produção cultural (grupos de teatro, dança, artistas e outros) e comércio varejista diferenciado. Ou seja, contribui para a geração de trabalho e renda mesmo em atividades que não são essencialmente turísticas. Essa característica pode beneficiar moradores de Itu das regiões menos privilegiadas.

A necessidade de criar alternativas para inserção dos moradores da chamada Cidade Nova no mercado profissional foi apontada por diferentes entrevistados no pré-diagnóstico realizado. Lá, segundo relatos, vive grande parte da população do município. A área é indicada pela pesquisa IBOPE (2008) como carente de empregos e onde moram famílias com baixa renda. Durante as entrevistas, foi informado que o local é formado por uma população de migrantes. Nesse sentido, hábitos e culturas tradicionais podem ser valorizados e, eventualmente, gerar trabalho e renda. É possível que essa seja uma área prioritária para foco neste eixo.

O potencial para desenvolvimento de profissionais que se dediquem à produção de objetos artesanais, *souvenirs* ou outros produtos de consumo que sejam do interesse do turista pode beneficiar o turismo de Itu por outro prisma, também. Nesse sentido, os estudos e análises deste eixo temático se voltam para a identificação de propostas que sejam interessantes e alinhadas à imagem de Itu, viáveis para produção e comercialização local.

A falta de produtos com identidade, de bom gosto, pode ser suprida – inclusive remetendo à própria fama de exagero. Embora a população ituana se incomode com a fama de exagero do município (IBOPE, 2008), também há consenso de que deve ser aproveitada. A pesquisa de demanda realizada no PDT 2009 apontou que a expectativa de parte dos turistas em relação a Itu é ligada ao exagero. Todavia, os *souvenirs* produzidos e comercializados localmente precisam ser repensados. Peças de cerâmica, bordados e palha que explorem o segmento do exagero, como vasos em formato de xícara, toalhas de mesa comercializadas em formato de panos de prato ou apoios para panelas travestidos de porta-copos gigantes podem ser opções para artesãos. Foram mencionadas cestarias de bambu feitas de forma tradicional, cuja viabilidade pode ser estudada. Ainda a título de ilustração, podem ser consideradas esculturas em madeira que retratem a vida do campo, rural, presente nas fazendas de Itu.

Os itens a seguir descrevem a metodologia para o desenvolvimento deste eixo e as informações levantadas relevantes. Os projetos elaborados são apresentados na Parte III deste trabalho.

3.1 METODOLOGIA

A metodologia proposta para este eixo estratégico foi de:

- levantar e sistematizar as ações em curso, por meio de entrevistas com órgãos públicos e entidades privadas, a fim de conhecer os atuais programas que visam o desenvolvimento social da população com poucas oportunidades de emprego e renda;

- realizar entrevistas com lideranças de locais de baixa renda para identificar possíveis talentos e interesses para produção artesanal de *souvenirs*, de alimentos e bebidas ou algum tipo de atividade de turismo de base comunitária;
- discutir com o empresariado local responsável pela fabricação e venda de *souvenirs* sobre a aceitação e comercialização de novos produtos;
- verificar programas de capacitação e qualificação relacionados ao turismo disponíveis para a população;
- priorizar e elaborar projetos para a população de baixa renda, considerando o artesanato com identidade ituana e *souvenirs* que explorem o tema de exagero.

Os projetos deste eixo temático de envolver a população na atividade turística por meio da geração de trabalho e renda vai ao encontro à diretriz proposta pelo PDT 2009, que previa o fomento a oportunidades de emprego e renda, e são apresentados na Parte III deste trabalho.

3.2 CARACTERIZAÇÃO

Os itens a seguir fazem uma caracterização do tema deste eixo. Além de pesquisas de fontes secundárias, para o levantamento de informações preliminares, foram realizadas as seguintes entrevistas, nos respectivos dias e locais:

- 27/01/2015, Edison Tibério, presidente da Associação dos Moradores Portal do Éden, nas dependências da madeireira onde ele trabalha;
- 30/01/2015, Ângela Maria Lopes Ferraz de Almeida, secretária de Promoção e Desenvolvimento Social, na própria Secretaria;
- 03/02/2015, Janete Rodrigues, secretária da Administração Regional do Pirapitingui e João Marcos Sanabria de Roma, diretor da Administração Regional do Pirapitingui; reunião ocorrida no Centro Administrativo Regional do Pirapitingui (Figura 44);

Figura 44 – Centro Administrativo Regional “Maria das Dores Tasca Mendes”



Fonte: Ágere, 2015.

- 19/02/2015, Anna Carolina de Arruda Botelho Mattos Pacheco, diretora do Clube de Mães Irmã Arminda e Maria Benedita Martins Shanoski, diretora do Clube de Mães Menino Jesus das Pedras, na PROTUR;
- 12/02/2015, Katherine Silva, diretora-presidente do Instituto do Legislativo Ituano (ILI), na Câmara de Vereadores da Estância Turística de Itu;
- 25/02/2015, Ivone Garcia do Prado, diretora do Departamento Técnico Pedagógico e responsável pela Escola de Formação do Servidor Público Municipal (EFOSP), na Secretaria de Educação;
- 25/02/2015, Atílio Antonio Scalet, diretor da Escola Técnica Estadual (ETEC) Martinho di Ciero e vice-presidente do COMTUR;
- 12/02/2015, Zelia Vaccari Gomes, presidente do Fundo Social de Solidariedade de Itu, Ângela Maria Lopes Ferraz de Almeida, secretária de Promoção e Desenvolvimento Social, Alzira Guimarães de Paula, da Secretaria de Promoção e Desenvolvimento Social, Françoise Corrêa, coordenadora do Centro de Capacitação Profissional, além das seguintes diretoras: Fátima A. M. Rodrigues (CRAS Frei Alípio), Solange Leme D. Giacomini (CRAS Pipa), Claudia Guimarães Moraes (CRAS PROMAI), Patrícia M. S. Guarnieri (CRAS Bumba) e Isis Paloma Carneiro (CRAS Pipa), no Gabinete do Prefeito (Figura 45);

Figura 45 – Reunião no Gabinete do Prefeito



Fonte: Ágere, 2015.

- 31/03/2015, visita técnica ao Bosque Alceu Geribello;
- 08/04/2015, entrevista com Alexandra Mara Alexandra, Gerente Administrativa do Sindicato Rural de Itu;
- 08/04/2015, reunião na Secretaria de Turismo com Fábio Grizoto e Ivone Granater Maciel, responsável pela feira de artesanato;
- 08/04/2015 visita técnica às lojas Lembrança de Itu, Gigantão, Exótica e Moby Dick;

- 14/05/2015, entrevista com Suelen Pxanticosusque, proprietária da Moby Dick, em sua loja (Figura 46).

Figura 46 – Exposição de *souvenirs* na loja Moby Dick



Fonte: Ágere, 2015.

Além disso, foi feita visita técnica na Brasil Kirin no dia 13/01/2015.

3.2.1 Ações em curso

O Quadro 4 apresenta algumas ações em curso, levantadas a partir de fontes secundárias e entrevistas realizadas.

Quadro 4 – Ações em curso: geração de trabalho e renda

Ações desenvolvidas			
Responsável	Ação	Descrição	Observações
Secretaria de Promoção e Desenvolvimento Social (1)	CRAS - Atividades do Programa Estadual Renda Cidadã ofertados nos CRAS	Bijuteria, customização de chinelos, customização de roupas com pedrarias, sabão artesanal (ecológico), horta, crochê com barbante, fuxico e em 2015 terá início sabonete artesanal.	
	CRAS – Oficinas do Proteção e Atendimento Integral à Família (PAIF), e serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos	Para adultos: inclusão digital, ginástica localizada, <i>tae kwon do</i> , ballet, artesanato (pintura em madeira, tecido), manicure/ pedicuro, designer de sobrancelhas/ maquiagem, cabeleireiro/ escovista, <i>patchwork</i> , panificação, chapeiro, customização de chinelos.	
	Outras oficinas	Neste momento, estão sendo analisadas, por exemplo: depilação, cursos e oficinas do SENAI/SENAC que não sejam profissionalizantes etc.	
	Outras ações	Reuniões socioeducativas, excursões e palestras; eventos em datas comemorativas	
Centro de Capacitação Profissional (CCP) (Figura 47)	Cursos de geração de renda (preferência para desempregados, maiores de 16 anos)	Artesanato e gastronomia são as atividades mais próximas do turismo, mas também há costura, bijuteria, feltro, bordado em pedraria, bordado em linha e macramê, <i>patchwork</i> , crochê, <i>decoupage</i> , pintura em tecido, manicure e pedicure, costura industrial, corte e costura, cabeleireiro, panificação e confeitaria, salgadinho, sobremesa, massas e molhos, chapeiro, pizzaiolo e informática.	35 cursos ministrados desde 2006, mais de 5.000 pessoas capacitadas. Em média, 24 turmas anuais
Cooperativa de Materiais Recicláveis de Itu (COMAREI)	Profissionalização de catadores de lixo	Coleta, triagem e venda dos materiais recicláveis às indústrias recicladoras.	70 famílias atendidas
CRAS Promai (2)	Projeto de reciclagem para crianças	Elaboração de brinquedos a partir de material reciclado.	
Sindicato Rural de Itu	Cursos artesanato e de turismo	<i>Workshop</i> Turismo: Oportunidades de negócios (13/05/2015) e outras ações. Curso do SENAR de turismo rural não é oferecido por falta de procura. Artesanato, com uso de sobras da propriedade rural: fibras, palha de milho, sementes etc. Culinária: compotas, picles, processamento de frutas etc.	Falta cooperação e noções de gestão (p.ex., custos e formação de preços entre empreendedores.
Clubes de Mães(3)	Projeto de artesanato	Crochê, tricô, bordado, pintura, artesanato em geral. Realizam dois bazares por ano para venda de produtos.	150 famílias atendidas

Notas:

(1) Em Itu são 5 CRAS e 1 CREAS, que atenderam em dezembro/2014 mais de 3.000 pessoas.

(2) Atendeu quase 1.000 pessoas em dezembro/2014.

(3) São 7 unidades em Itu. A instituição foi fundada há mais de 50 anos para inserção socioeconômica de mães por meio do artesanato. A receita é obtida em três: clube, artesã e reposição de material. As aulas são dadas por 4 voluntárias em cada clube. Já chegaram a atender 300 famílias simultaneamente, hoje em torno de 150.

Todos os cursos ligados a arte e artesanato representam oportunidades, quer de desenvolvimento de uma identidade local para a comercialização de *souvenirs*, quer de capacitação para um padrão desenvolvido por artistas ou *designers*, locais ou não.

Os cursos de gastronomia, do mesmo modo, podem ser ocasião para a criação e incentivo à comercialização de produtos ligados à imagem do exagero.

Figura 47 – Centro de Capacitação Profissional



Fonte: Itu, 2015.

Cabe verificar o que estão fazendo, profissionalmente, os egressos dos cursos, e verificar se há deficiências de formação e/ou incentivos – pessoais, técnicos ou econômicos – suficientes para o empreendedorismo ou para a consolidação de grupos de economia solidária. Uma pesquisa com este público pode ser desejável, antes de buscar soluções para a efetiva geração de trabalho e renda, orientada pelas questões de motivação para o curso (há intenção de profissionalização?), atividades posteriores ao curso (busca de emprego? ou intenção de iniciativa própria? com quais resultados? a que se deve o sucesso ou o fracasso?) e intenções futuras. Com isso, será possível verificar a necessidade de captação de recursos financeiros para empreender, de apoio técnico (por intermédio de incubadoras, por exemplo), de cursos de aperfeiçoamento ou outros. Os profissionais entrevistados parecem ter clareza a respeito de alguns pontos:

- apenas 50% dos formados têm interesse na inserção no mercado de trabalho; o restante prefere não se comprometer com um empregador ou faz o curso para aprimoramento pessoal ou para ocupar o tempo, como nos casos dos cursos de culinária;
- metade dos alunos aplicam o que aprendem e vivem de atividades como costura, confecção de doces etc.;
- qualquer iniciativa de capacitação precisa incluir ação de motivação, pois a adesão aos cursos, mesmo com benefícios financeiros, é baixa;
- seria importante a formação de uma cooperativa de artesãos;
- os principais ícones da cidade para trabalhar o artesanato são: Centro Histórico, igrejas, berço da república, exagero;
- no Pirapitingui há pessoas com interesse na cultura popular (*funk*, grafite etc.).

Poucos talentos individuais estão identificados pelos representantes do poder público. Há a informação de um artesão, João Celeiro, que trabalha com couro (arreio, cela, colete e outras peças artesanais), mas de forma pontual. Com restauro, Raul trabalha e poderia capacitar adolescentes para atuar nessa área. Também foi mencionada uma pessoa que trabalha com cestaria de forma tradicional. Além disso, alguns ateliês na cidade abrigam profissionais que se dedicam à arte.

No Portal do Éden, bairro que pertence à área do Pirapitingui, há mestres de capoeira, grupo de teatro (peças ligadas à igreja) e dupla sertaneja. A confecção caseira de

compotas, doces ou bebidas precisa de mais investigação. Há também informação de uma pessoa que trabalha com cestaria.

A Comissão de Emprego de Itu, formada por representantes da ETEC, Fundo de Amparo do Trabalhador e agências de recursos humanos, pretende organizar uma grande exposição de caráter educativo na Cidade Nova, em 2015. O projeto do evento está em execução e busca mostrar aos alunos de todas as escolas as possibilidades do mercado de trabalho e as diversas possibilidades de qualificação profissional que a cidade oferece (CEUNSP, ETEC, FATEC, FADITU, por exemplo). O envolvimento de outras secretarias municipais e entidades pode ser uma oportunidade.

Não é objetivo deste eixo analisar a formação específica na área de turismo existente na cidade, uma vez que se trata de gerar trabalho e renda para a população que não está diretamente envolvida com o *trade*. No entanto, algumas iniciativas são dignas de nota (Quadro 5).

Quadro 5 – Cursos de turismo, hotelaria e gastronomia em Itu

Instituição	Nível do curso	Curso	Período	Carga horária
CEUNSP	Graduação	Tecnologia em gastronomia (tecnólogo)	Matutino e noturno	2 anos
		Tecnologia em turismo (bacharelado com guia de turismo regional)	Matutino e noturno	3 anos
ETEC Martinho de Ciero	Técnico	Agenciamento de viagem Hospedagem Turismo receptivo		
Senac	Técnico	Técnico em hospedagem		800 horas
	Pós-graduação	Especialização em gastronomia brasileira contemporânea (<i>lato sensu</i>)		18 meses
	Extensão universitária	Negociação em eventos		60 horas
	Livre	Controles gerenciais para hotelaria		32 horas
		Coordenação de eventos em hotéis		24 horas
		Excelência no atendimento hoteleiro		22 horas
		Organização de eventos corporativos		36 horas
		Festas, banquetes e gastronomia		15 horas
		Gestão de empreendimentos gastronômicos		15 horas
		Montagem de <i>coffee break</i>		9 horas
		Planejamento e administração de bares e restaurantes		30 horas
		A arte de fazer festas, cerimônias especiais e eventos temáticos		36 horas
		<i>Buffet</i> infantil - da criação à administração		20 horas
		Básico em organização de eventos		36 horas
		Cerimonial e protocolo em eventos		20 horas
		Coordenação de eventos em hotéis		24 horas
		Gestão hoteleira		60 horas
Governança hoteleira: gerenciamento e liderança		30 horas		
Sustentabilidade na produção de eventos		32 horas		

Fonte: Entrevistas realizadas.

A ETEC Martinho di Ciero conta com cursos técnicos e gratuitos nas áreas de agenciamento de viagem, hospedagem e turismo receptivo. Em geral, os alunos do período diurno têm entre 14 e 17 anos e cursam o ensino médio e, do período noturno, são adultos. Apesar de não contar com dados estatísticos, a ETEC estima que apenas 10% dos egressos buscam mercado de trabalho – os demais ingressam em cursos universitários. Os alunos do curso de hospedagem, em geral, visam trabalhar em empresas, principalmente no departamento de recursos humanos, para organização de eventos e hospitalidade. A ETEC fornece estagiários para trabalhar no *trailer* da PROTUR, bem como para participar de feiras do setor turístico, assim como acontece com os alunos da FATEC.

Especificamente em relação a servidores municipais, a EFOSP ofereceu, em 2010, aos colaboradores da Secretaria Municipal de Turismo, Lazer e Eventos, em parceria com a Microlins, o curso Atendimento ao Turista. A EFOSP mantém convênios com faculdades que dão descontos a funcionários públicos e familiares diretos, como a Universidade Norte do Paraná (Unopar), Faculdade de Direito de Itú (FADITU), cursos à distância da Faculdade Colégio Divino, Universidade do Sistema Educacional Brasileiro (UNISEB) e Cesar Lates.

O ILI também atua junto ao *trade* – por exemplo, no período da Copa do Mundo 2014 foi promovida palestra sobre a importância do profissional de turismo nos grandes eventos nacionais, mesa redonda para discutir os impactos dos megaeventos para a cidade e discussão sobre aspectos da cultura japonesa, uma vez que a cidade recebeu a seleção do Japão.

3.2.2 Sugestões levantadas

A Feira de Artesanato, uma das principais vitrines para os artesãos formados, ocorre nos finais de semana e feriados na Praça do Carmo. As barracas pertencem à Prefeitura e ficam guardadas na Secretaria de Turismo. Representantes do poder público entrevistados consideram necessário criar um regulamento do artesanato, estabelecendo regras para participação na Feira (critérios para participação e para os produtos comercializados, horários etc.) e apontam que os visitantes têm interesse na Praça da Matriz e que os guias têm interesse nas lojas de *souvenirs*, porque ganham comissão dos lojistas.

A Secretaria de Turismo informou, em entrevista em 08/04/2015, que há um regimento interno da Feira do Artesanato pronto, aguardando aprovação do prefeito. São 40 barracas, das quais 15% podem ser de alimentos. Há vagas em aberto: atualmente, são em torno de 30 artesãos, mas não há produtos com identidade ituana de interesse de turistas. As principais regras que em vigor são:

- ocorre aos sábados, domingos e feriados;
- todas as barracas são padronizadas e a localização de cada uma é decidida por sorteio;
- para participar da Feira, os critérios gerais são o da Superintendência do Trabalho Artesanal nas Comunidades (SUTACO, 2015), do Governo do Estado de São Paulo;
- os artesãos devem residir em Itú há pelo menos um ano.

A falta ou inadequação de pontos de venda de artesanato foram apontados por todos os entrevistados. Outros pontos de venda e de geração de renda possíveis, lembrados pelos representantes do poder público, são:

- Feira de Produtos Orgânicos, que ocorre aos sábados no Bosque Alceu Geribello (vide Apêndice D);

- festival gastronômico, se possível com *food trucks*¹⁷ (eventos gastronômicos também podem fazer parte da estratégia do Eixo 2);
- Parque Ecológico (Figura 48);
- Pirapitingui – onde não há local para exposição/ venda de artesanato – já houve solicitação de grupo de artesãs para expor seus produtos no mesmo prédio onde ocorre a Feira da Barganha¹⁸.

Figura 48 – Parque Ecológico Taboão



Fonte: Itu, 2015d.

Os Clubes de Mães lembram de iniciativas anteriores bem-sucedidas: concurso de artesanato promovido pela Fábrica São Luiz; concurso de trabalhos manuais entre os clubes, em parceria com Rotary e Lions.

Algumas sugestões de representantes entrevistados no sentido de geração de trabalho e renda são:

- comercializar alimentos que façam referência à imagem de exagero – antigamente havia em Itu venda de pizza por metro e sanduíches enormes;
- trabalhar sabão ecológico como *souvenir*;
- preparar para o trabalho artesanal com materiais reciclados;
- resgatar voluntárias dos Clubes de Mães que faziam compotas e geleias;
- capacitação em doces¹⁹, usando frutas da época;
- usar figuras dos prédios históricos para sabonetes e camisetas, a exemplo da xícara de porcelana (Figura 49) – o artesanato ligado à religião e à história da cidade teria mais valor.

¹⁷ A fama de Itu na montagem e comercialização de *trailers* pode ser explorada.

¹⁸ Trata-se de um grupo de 10 a 12 senhoras que faz bordado, crochê etc., que buscava espaço para expor seu artesanato na Feira da Barganha, no Pirapitingui. O pedido foi indeferido pois a área é de responsabilidade do governo estadual.

¹⁹ Com a observação de que falta mão-de-obra para manuseio das frutas.

Figura 49 – Souvenir com referência ao patrimônio histórico



Fonte: Ágere, 2015.

Potenciais parceiros mencionados por representantes do poder público são:

- apoiadores: Via Oeste (concessionária de rodovia, que já apoia a Prefeitura em ações culturais como estratégia de responsabilidade social); Banco do Brasil (que tem interesse em projetos 100% ecológicos);
- executivos e organizadores: CCP, Secretaria de Promoção e Desenvolvimento Social e CRAS.

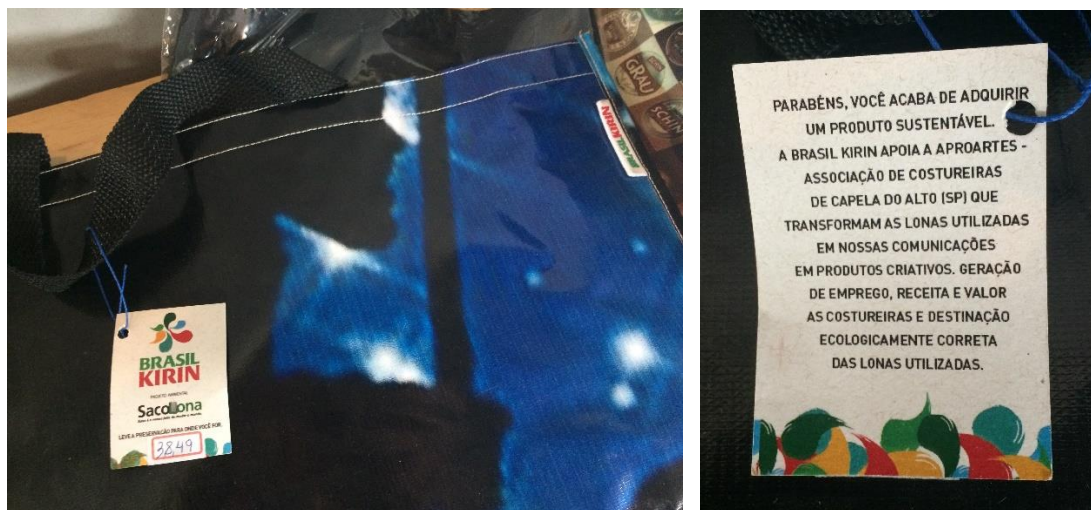
3.2.3 Souvenirs: novos produtos

Tentativas de entrar em contato com o empresariado local responsável pela fabricação e distribuição dos atuais produtos ligados ao exagero (em especial, a Loboart) foram infrutíferas.

Das lojas de *souvenirs*, a Moby Dick mostrou interesse em conhecer outros produtos e artesanatos para estudar a viabilidade de oferecer na loja. Mas deixou claro que seus clientes gastam pouco com as lembranças, em sete pontos de venda, em torno de 2,50 a 15,00 reais. Os itens mais vendidos são relacionados à escola, como lápis, caneta e borracha. Informou que 90% dos itens comercializados são fabricados em Itu.

A Brasil Kirin afirma que há possibilidade de apoiar produtos artesanais com identidade de Itu, por meio de comercialização em seu Empório, aberto para as pessoas que fazem o *tour* em suas instalações. Iniciativa desse tipo já é praticada com sacolas feitas com material reciclado (Figura 50).

Figura 50 – Sacolas de material reciclado comercializadas na Brasil Kirin



Fonte: Ágere, 2015.

Este Eixo não foi discutido em oficina participativa, pelos motivos expostos na Parte II. Desse modo, os projetos apresentados na Parte III deste trabalho são resultado direto da pesquisa realizada.

4 EIXO 4: DESENVOLVIMENTO DO ROTEIRO DOS BANDEIRANTES

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, lançado em abril de 2004 pelo MTur, constitui-se em uma política nacional, determinada a partir do Plano Nacional do Turismo 2003-2007, cujas diretrizes também foram mantidas no Plano Nacional 2013-2016 e replicadas pelas Secretarias Estaduais de Turismo. O Programa de Regionalização parte do pressuposto de que o planejamento coordenado de municípios com vocação turística repercute positivamente nos resultados socioeconômicos do território, em função da complementariedade da oferta turística dos municípios que compõem determinada região turística.

Itu compõe o Roteiro dos Bandeirantes, que engloba Araçariguama, Cabreúva, Pirapora do Bom Jesus, Porto Feliz, Salto, Santana do Parnaíba, São Roque e Tietê. O Roteiro foi constituído em 2003, por meio da Resolução 16/2003, e está inserido no Circuito Turístico da Hidrovia Tietê-Paraná, um projeto estadual que reúne 86 municípios. Atualmente, o Roteiro dos Bandeirantes é mais conhecido pelo turismo pedagógico e diversas agências de viagens especializadas nesse segmento organizam visitas escolares para a região.

Nesse cenário, o objetivo deste eixo estratégico é incentivar o turismo regional, por meio do fortalecimento e desenvolvimento do Roteiro dos Bandeirantes.

O desenvolvimento do Roteiro dos Bandeirantes é importante para Itu não só para acompanhar as diretrizes dos governos federal e estadual mas, principalmente, porque pode significar um fluxo adicional de visitantes, o fortalecimento do município para concorrer com outras regiões turísticas e um maior poder político em solicitações de apoio aos projetos. Assim, avanços em turismo de Porto Feliz e outras cidades vizinhas, comentados por representantes da Secretaria de Turismo, Lazer e Eventos, podem ser positivos para Itu e para o Roteiro dos Bandeirantes. Desse modo, busca-se estender esforços e boas práticas realizados pelos municípios do Roteiro dos Bandeirantes em prol de Itu. Esse fortalecimento já era apontado pelo PDT 2009 como uma oportunidade.

Os itens a seguir descrevem a metodologia para o desenvolvimento deste eixo, as informações levantadas relevantes e os projetos elaborados.

4.1 METODOLOGIA

Os seguintes procedimentos foram definidos:

- pesquisa de campo em Itu dos principais atrativos e equipamentos, de acordo com o PDT 2009;
- pesquisa secundária para levantamento de informações em *websites* das cidades que constituem o Roteiro dos Bandeirantes, tais como oferta turística técnica e diferencial, fluxo de visitantes etc.;
- entrevista individual com gestores públicos para identificar principais deficiências, necessidades e oportunidades do Roteiro dos Bandeirantes e experiências exitosas que podem ser aproveitadas por Itu;
- análise dos esforços realizados pelos municípios, em termos de desenvolvimento turístico, que trouxeram bons resultados e que podem ser benéficos para o turismo em Itu;

- discussão de projetos em oficina participativa²⁰;
- recomendação de boas práticas a serem implementadas em Itu, a exemplo dos municípios que compõem o Roteiro dos Bandeirantes, na Parte III deste trabalho.

4.2 CARACTERIZAÇÃO

O levantamento dos principais atrativos e equipamentos turísticos das cidades que compõem o Roteiro dos Bandeirantes foi realizado pela internet, no período de 7 a 30/01/2015, pela relevância da comunicação digital com o público-alvo. Iniciou-se a pesquisa nos *sítes* de busca, utilizando a palavra-chave "Roteiros dos Bandeirantes".

O primeiro resultado encontrado é o *site* <<http://roteirosdosbandeirantes.com.br>>, que o internauta pode presumir ser oficial (ROTEIRO DOS BANDEIRANTES, 2015a). No entanto, o domínio está em poder de terceiros, prejudicando a divulgação oficial do Roteiro (Figura 51). Este *site* apresenta o roteiro turístico, as cidades integrantes, alguns atrativos turísticos e pouquíssimas imagens do destino. O *site* está desatualizado e não disponibiliza informações de São Roque. Do ponto de vista do turista, a qualidade do conteúdo apresentado não estimula a visita ao Roteiro.

Figura 51 – *Site* do Roteiro dos Bandeirantes

The screenshot shows the website interface for 'Roteiro dos Bandeirantes'. At the top left, there is a logo with a map of the route and the text 'Esta Pátria fez grande!'. The main header features the text 'Rock Content' and a navigation menu with links: Home, Cidades do Roteiro, Projeto, Rio Tietê, Informações Turísticas, Acesso, and Notícias. Below the menu, there is a list of cities: Santana do Parnaíba, Pirapora do Bom Jesus, Araçariçuama, Cabreúva, Itu, Salto, Porto Feliz, and Tietê. The 'Cidades do Roteiro' section lists several cities with short descriptions and 'Leia mais' links:

- Santana do Parnaíba**: É o ponto de partida para os cerca de 180 quilômetros da rota. Distante 40 quilômetros de São Paulo, foi fundada às margens do Tietê em 1580. Era de lá que saía o movimento das bandeiras rumo ao sertão. A cidade apresenta o maior conjunto arquitetônico preservado do Estado. [Leia mais »](#)
- Pirapora**: Localizada 14 quilômetros adiante de Santana está Pirapora do Bom Jesus, cuja história tem início em 1725, quando pescadores encontraram a imagem de Cristo - agora disposta no santuário - apoiada numa pedra às margens do Rio Anhembi, depois Tietê. [Leia mais »](#)
- Araçariçuama**: A cidade teve origem em 1648. Durante muitos anos, foi um próspero logradouro. Porém, virou apenas um ponto de passagem, quando foram abertas estradas ligando São Paulo a Sorocaba, Jundiá e Itu. Nem o ouro descoberto lá foi suficiente para tirar o município do ostracismo. [Leia mais »](#)
- Cabreúva**: O nome é originário do tupi-guarani, caburéyba, e significa, segundo Teodoro Sampaio, "a árvore do caburé" ou, ainda, "pinga com ovo batido". Fundada no início do século 18 pela família Martins e Barros, que ali plantava cana-de-açúcar, Cabreúva ficou conhecida como a "Terra da Pinga". [Leia mais »](#)
- Itu**: **Berço da República, Roma Brasileira, Cidade dos Exageros**, Ouro Preto Paulista, Cidade Cinema, Vale do Sol. Esses são alguns dos apelidos de Itu, famosa por sua história, religiosidade e belezas naturais. Graças ao comediante Simplicio, Itu ficou famosa como a cidade dos exageros. [Leia mais »](#)
- Salto**: O antigo povoado de Salto surgiu de um aldeamento de índios guaianazes localizado na margem do Rio Tietê em 1695. Igaçabas (urnas funerárias indígenas) e objetos com mais de 300 anos foram achados em escavações e são atribuídos à tribo. Parte desses objetos está no museu da cidade. [Leia mais »](#)

Fonte: Roteiro dos Bandeirantes, 2015b.

A página de Itu apontada pelo *site* <<http://roteirosdosbandeirantes.com.br>> (Figura 52), originalmente em itu.com.br, tem conteúdo incompleto e desatualizado.

²⁰ A Parte II deste trabalho mostra o resultado da discussão de projetos feita em oficina participativa dedicada a este eixo. Não são apresentados projetos para trabalhos que não foram priorizados.

Figura 52 – Site do Roteiro dos Bandeirantes, página de Itu

Turismo em Itu

Fazer turismo em Itu pode ser uma grande aventura. Para as crianças, adultos, jovens ou pessoas da Melhor Idade, Itu tem muito a oferecer. Fazendas e campings com bichos e cavalgadas, pesqueiros, museus, roteiros religiosos e rurais, esportes de aventura e muita vida cultural é o que você encontra por aqui. Para dormir, as opções variam entre hotéis fazenda, pousadas rurais, confortáveis hotéis urbanos e campings. Para comer, passear, comprar e descansar, Itu tem coisa que não acaba mais. Se você vier passar apenas um final de semana ou quiser curtir uma temporada, com certeza não vai se entediar. E o mais importante: Itu recebe você com GRANDE CARINHO!




Kids	Jovens	3ª Idade	Empresas
 Quer passear com as crianças?	 Itu tem esportes de aventura. Você conhece?	 Itu recebe vocês, com muito carinho.	 Completa estrutura p/ eventos corporativos

Desvendando Itu

Desvendar ITU é revelar os seus segredos, o mistério que envolve essa cidade ao mesmo tempo histórica, folclórica, religiosa e de natureza tão viva. Leia mais!

» Leia os artigos de Jonas Souza
 » Leia os artigos de Anicleide Zequini



Fonte: Itu, 2015.

Outras referências eletrônicas encontradas para o Roteiro dos Bandeirantes são, na grande maioria, *sites* de escolas e agências de turismo pedagógico, que tem passeios para a região em seu portfólio de produtos.

Uma pesquisa nos *websites* das cidades visou levantar informações turísticas referentes aos nove municípios que constituem o Roteiro dos Bandeirantes. Em função da diversidade de *sites*, muitos particulares e com interesses específicos, a pesquisa focou nos *sites* oficiais das cidades, no blog Destino Caipira, criado e mantido pela PROTUR, e também no *site* Viaje Aqui (VIAJE AQUI, 2015a), que disponibiliza o conteúdo do Guia Quatro Rodas, principal guia de viagens do país.

As informações coletadas subsidiaram as entrevistas individuais com os gestores públicos representantes dos municípios no Roteiro dos Bandeirantes:

- 27/01/2015, nas dependências da Fábrica São Luiz: Eliane Nateline Stasevicius, chefe de Serviço Técnico de Promoções e Divulgações da Secretaria de Cultura e Turismo de São Roque; Plínio Marcius Silveira, diretor de Turismo de Pirapora do Bom Jesus; e Lyria Pontes Pasquali Dias, secretária de Turismo de Tietê;
- 12/02/2015, Maria Sofia Vidigal Pacheco e Silva, presidente da PROTUR e gestora do Roteiro dos Bandeirantes.
- 30/01/2015, Fábio Grizoto, guia de turismo e funcionário da Secretaria de Turismo, Lazer e Eventos, representante de Itu no Roteiro dos Bandeirantes, nas dependências da secretaria;
- 03/02/2015, Lourdes Kerche do Amaral, funcionária da Diretoria de Cultura, Esporte e Turismo da Secretaria de Educação, Cultura e Esportes de Porto Feliz, nas instalações da diretoria;
- 25/02/2015, Patrícia Stahl Merlin, diretora de turismo da Secretaria do Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Turismo de Salto, no seu gabinete;
- 04/03/2015, Josie Carolina dos Santos Marques e Mara Jane Pieve, da Diretoria de Turismo de Santana de Parnaíba, por telefone;
- 05/3/2015, Carlos Henrique Moraes Philippe, Diretor de Turismo de Araçatuba, por telefone;
- 19/03/2015, Lucília Giacomini, Secretária de Turismo de Cabreúva, por telefone.

4.2.1 Roteiro dos Bandeirantes

O Roteiro dos Bandeirantes é apresentado, no site <<http://roteirosdosbandeirantes.com.br>>, como "uma viagem pelo interior e pela história de São Paulo", por integrar as cidades por onde passavam os bandeirantes, tais como Bartolomeu Bueno da Silva (o Anhanguera) e Fernão Dias Paes Leme (o Caçador de Esmeraldas). Essas cidades são importantes referências histórico-culturais para o estado de São Paulo e oferecem museus, fazendas, trilhas e passeios diversos.

Os municípios que compõem o Roteiro dos Bandeirantes, na região sudoeste do estado de São Paulo, são mostrados na Figura 53. Itu faz limite com Indaiatuba, Salto e Elias Fausto, ao norte; Porto Feliz e Sorocaba, a leste; Mairinque e São Roque, ao sul; e Araçariguama e Cabreúva a oeste, ocupando uma área de 640 quilômetros quadrados (IBGE, 2014).

Figura 53 – Roteiro dos Bandeirantes, localização



Fonte: SIDRA, 2014.

Todas as cidades ficam num raio de até 70 km de Itu, conforme a Tabela 2.

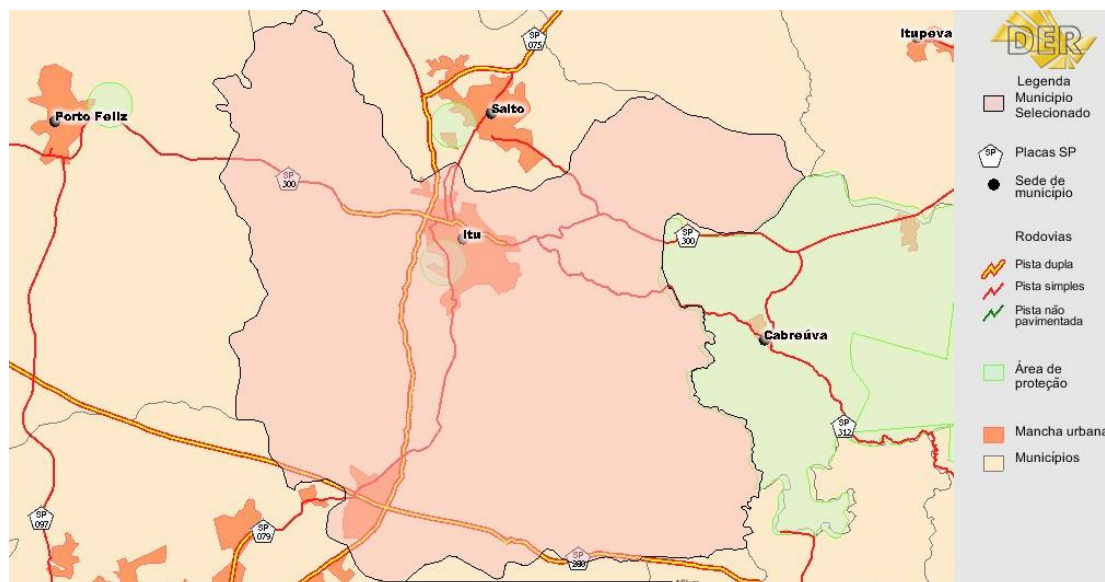
Tabela 2 – Distância de Itu das demais cidades do Roteiro dos Bandeirantes

Cidade	Distância de Itu (km)
Araçariguama	50
Cabreúva	22
Pirapora do Bom Jesus	48
Porto Feliz	29
Salto	9
Santana de Parnaíba	69
São Roque	56
Tietê	58

Fonte: Google, 2015.

Distante em torno de 100 quilômetros da capital paulista, o acesso é feito principalmente por rodovias estaduais, como ilustra a Figura 54. As condições das rodovias que cruzam o município estão mostradas no Quadro 6.

Figura 54 – Roteiro dos Bandeirantes, malha rodoviária de acesso



Fonte: DER, 2014.

Quadro 6 – Condições das vias de acesso rodoviário

Rodovia	Geral	Pavimento	Sinalização
SP-280: Castelo Branco	Ótimo	Ótimo	Ótimo
SP-300: Marechal Rondon	Ótimo	Ótimo	Ótimo
SP-75: Santos Dumont	Ótimo	Ótimo	Ótimo
SP-79: Waldomiro Camargo	Ótimo	Ótimo	Ótimo

Fonte: CNT, 2013.

A Presidente da PROTUR é também a responsável pela gestão do Roteiro dos Bandeirantes. Segundo Maria Sofia Vidigal Pacheco e Silva, o Roteiro dos Bandeirantes foi formado em 2003 e o Consórcio foi firmado em 19 de dezembro do mesmo ano. Ocorreram algumas reuniões, mas não houve continuidade. A PROTUR, associação sem fins lucrativos e apartidária, se propôs a realizar a gestão do Roteiro dos Bandeirantes em 2013. Em 2014, a PROTUR foi reconhecida extraoficialmente pela Secretaria do Turismo do Estado de São Paulo como gestora do Roteiro dos Bandeirantes²¹.

A gestão se dá por meio de um contrato firmado entre as prefeituras e a PROTUR, que autoriza a realização de parcerias, nelas inseridas a gestão do Roteiro dos Bandeirantes. Eventuais custos são aprovados a cada projeto, e a marca da PROTUR é usada em ações promocionais. Itu, Santana de Paranaíba Tietê, Porto Feliz, Araçariguama e Cabreúva já assinaram o contrato, e faltam três cidades assinar: Salto, São Roque e Pirapora de Bom Jesus. Na última, a autorização tramita na Câmara de Vereadores. Há reuniões mensais dos representantes municipais do

²¹ O governo estadual se comprometeu a imprimir 100 mil cópias do mapa bilingue do Roteiro dos Bandeirantes elaborado em consonância com as cidades e arte e concepção custeados integralmente pela PROTUR, conforme sua Presidente

Roteiro dos Bandeirantes, cada vez em uma cidade, e encontros com o *trade*. A PROTUR acredita que a aproximação com os empresários gera maior envolvimento e comprometimento. O objetivo é formatar produtos para o Roteiro dos Bandeirantes.

Para a PROTUR, as maiores dificuldades apontadas se referem à conscientização de empresários e da população a respeito do potencial do Roteiro dos Bandeirantes. As oportunidades para Itu dizem respeito à importante liderança do município e à forte oferta turística (atrativos, hospedagem, patrimônio histórico-cultural). Para o Roteiro, o objetivo de aumentar o fluxo turístico para todas as cidades pode ser atingido pela formatação do produto.

Em 2015, a PROTUR promoveu a continuidade das reuniões com os representantes de cada cidade, a participação nos *stands* do governo estadual nas feiras de turismo realizadas no estado de São Paulo, o levantamento do inventário de cada uma delas, reuniões com os *trades* turísticos, organograma de cargos e atribuições dos municípios no Roteiro, bem como o planejamento para 2016.

4.2.2 Cidades do Roteiro dos Bandeirantes

A seguir são apontados os principais pontos da oferta turística de cada um dos nove municípios que compõem o Roteiro dos Bandeirantes, a fim de entender sua contribuição real e potencial. Ressalta-se que não são listados todos os atrativos turísticos, festas e eventos de cada cidade, mas os mais expressivos e responsáveis pelos deslocamentos de lazer, de acordo com os responsáveis municipais pela atividade turística.

4.2.2.1 ITU

Como mencionado no PDT 2009 (ÁGERE, 2009),

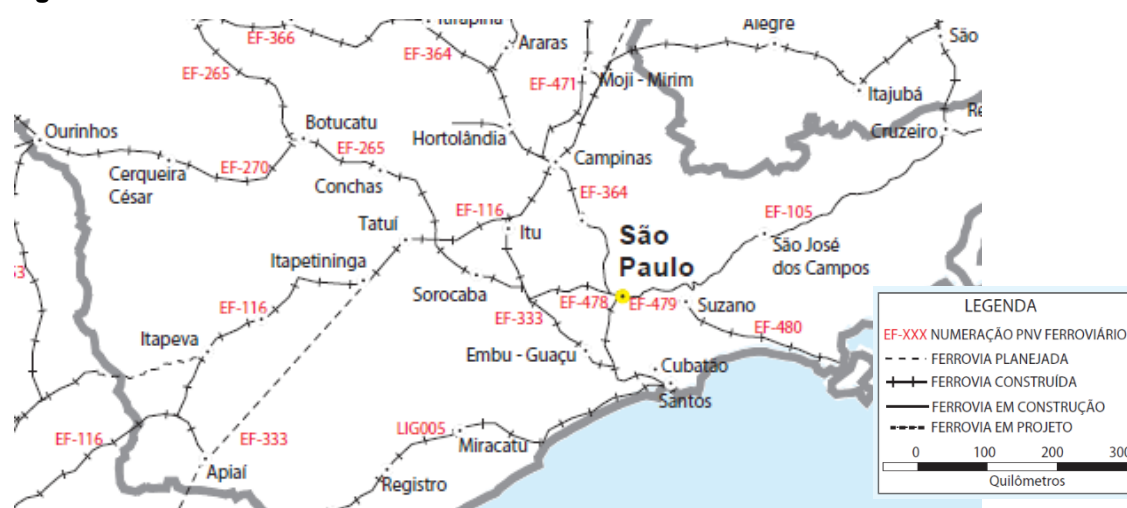
a proximidade com a capital paulista, associada à qualidade das vias de acesso e à própria posição geográfica da cidade no estado, estrategicamente situada entre Campinas, Sorocaba e São Paulo –, fazem do município de Itu uma região com enorme potencial econômico, inclusive para a captação de turistas.

No município há uma rodoviária, na qual operam diversas empresas, entre elas Viação Vale do Tietê, Viação Bonavita, Pontur Transportes e Turismo, Transpen, Viação Andorinha, Viação Itapemirim, Viação Garcia, Viação São Geraldo, que oferecem linhas intermunicipais e interestaduais (ITU, 2014a). Alguns dos destinos são: Campinas, Curitiba (PR), Feira de Santana (BA), Indaiatuba, Itapetininga, Jundiaí, Londrina (PR), Presidente Prudente, Salto, São Paulo, Sorocaba (ITU, 2014a).

O aeroporto mais próximo de Itu que recebe voos comerciais é o de Viracopos, localizado em Campinas, a 49 quilômetros de distância (DER, 2014). Em 2013, a movimentação de passageiros no aeroporto foi de 9,2 milhões de pessoas (AEROPORTOS BRASIL, 2014a, 2014b). Em Itu, há o Aeródromo Municipal Alberto Bazaia, desativado.

Embora no passado Itu tenha tido uma importante estação ferroviária para passageiros, atualmente suas linhas e trilhos são usadas apenas para o transporte de carga (Figura 55).

Figura 55 – Malha ferroviária



Fonte: Ministério dos Transportes, 2012.

Há, no entanto, o Consórcio Intermunicipal do Trem Republicano (CITREM), que deseja revitalizar e voltar a operar o trajeto entre Itu e Salto – projeto que já contou, inclusive, com convênio entre o município de Itu e o Ministério do Turismo (MTur) (CGU, 2014a).

Em relação a aspectos naturais, o clima de Itu pode ser caracterizado como tropical de altitude, com temperaturas médias variando de 15,0 a 27,6° C. O verão é quente e chuvoso, com temperaturas máximas médias de 30 °C; já o inverno é frio e seco, com mínimas médias de 10,5 °C (CEPAGRI, 2014). A precipitação média anual é de 1.300 mm e se concentra no período de outubro a março, com ênfase em janeiro (CEPAGRI, 2014).

O Relatório Diagnóstico de Aspectos Ambientais do Plano Diretor de Água de Itu (ITU, 2010a) traz os seguintes dados sobre o município:

- o relevo predominante na porção ocidental é de colinas (rochas sedimentares) e na porção oriental é mais irregular, com morros e morrotes (rochas metamórficas e ígneas);
- os solos são arenosos ou areno-argilosos;
- a topografia é caracterizada por ondulações constantes;
- a vegetação é de área de transição entre o cerrado paulista e floresta ombrófila.

Em Itu não há unidades de conservação (UC) federais; quanto às estaduais, o território do município abrange parte da área de proteção ambiental (APA) de uso sustentável Cabreúva, como ilustra a Figura 56.

Figura 56 – Unidades de conservação estaduais



02 – Área de proteção ambiental Cabreúva

Fonte: Fundação Florestal, 2008.

As áreas verdes de Itu, incluindo UC municipais, são (SMMA, 2014):

- APA Cidade Nova I (Lei 3.265, de 5/6/91);
- APA Bairro Botuxim (Lei 3.268, 24//91);
- APA Fazenda Vassoural (Lei 3.271, de 3/7/91);
- APA Represa do Braiaia (Lei 3.272, de 3/7/91);
- Parque Geológico do Varvito (inaugurado em 23/7/95);
- Estrada-parque Rio Tietê (Lei 4.020, de 2/12/96);
- APA Pedregulho (Lei 1.610, 13/12/13);
- Centro de Educação Ambiental Miguel Lorente Villa (Lei 787, 12/12/06);
- Centro de Educação Ambiental Bosque Alceu Geribello;
- viveiros.

O PDT 2009 (ÁGERE, 2009) identificou e sintetizou o posicionamento turístico dos atrativos de Itu, usando como ferramenta a matriz BCG. É recomendável que o posicionamento seja revisto, quando for concluída a atualização do inventário, em elaboração pela PROTUR.

A Estância Turística de Itu é bastante conhecida pelo seu patrimônio histórico-cultural e também pela fama dos exageros. O comediante Francisco Flaviano de Almeida, conhecido como Simplício, criava piadas no programa de televisão, com o mito de que em Itu tudo era grande. Essa brincadeira bem-humorada ainda é uma grande atração de visitantes para Itu – e a cidade tem “grandes” opções de lazer, que passam pelo turismo rural, cultural, de aventura, gastronômico, ecológico e pedagógico.

As agências de turismo pedagógico que operam o Roteiro dos Bandeirantes incluem a visita guiada ao Centro Histórico de Itu.

Na opinião do representante do município de Itu no Roteiro dos Bandeirantes, Fábio Grizoto, o diferencial de Itu no Roteiro dos Bandeirantes são as fazendas históricas e o cururu²², que é apresentado no Armazém do Limoeiro, nos finais de semana. Ele destaca a Chácara do Rosário, que tem Casa do Bandeirante, e a Estrada Parque como as atrações mais ligadas à história dos Bandeirantes na cidade. O melhor aproveitamento do turismo rural, principalmente no Bairro do Pedregulho, é apontado como oportunidade para o desenvolvimento do turismo. São necessárias ações para fortalecimento e divulgação das fazendas históricas, cavalgadas, além do resgate do cururu. O Centro Histórico também merece atenção por parte dos gestores para que seja melhor aproveitado, uma vez que é o ponto de concentração dos visitantes, apesar de nem todos visitarem seus atrativos (Figura 57).

Figura 57 – Quartel de Itu



Fonte: Itu, 2015.

A cidade tem um Plano de Desenvolvimento Turístico elaborado em 2009 e conta com COMTUR, além de ter destacada associação do setor privado, a PROTUR, que visa organizar, promover e divulgar o setor de turismo ituano.

4.2.2.2 ARAÇARIGUAMA

A Mina de Ouro, uma das principais jazidas de ouro e prata encontrada em São Paulo na primeira metade do século XIX, é o mais importante atrativo turístico de Araçariguama, segundo o Diretor de Turismo, Carlos Henrique Moraes Philippe. Outros atrativos importantes para a cidade são a Igreja Matriz (Figura 58) e o Avião, concebido como cinema e sendo atualmente estudado para ganhar uma finalidade no contexto histórico e ambiental do município.

²² O cururu é um desafio cantado, uma competição popular, uma luta amistosa entre músicos, também conhecido como repente, praticado na região do Médio Tietê. O cururu paulista normalmente é realizado nas festas dos bairros rurais, capelas, sítios e, eventualmente, em áreas urbanas.

Figura 58 – Araçariguama, Igreja Matriz



Fonte: Roteiro dos Bandeirantes, 2015.

Os eventos realizados na cidade também atraem visitantes e merecem destaque as festas religiosas, a Agrofest e os rodeios. O Rodeio de Araçariguama já teve a mesma importância do Rodeio de Barretos e chegou a atrair 200 mil pessoas. Atualmente, foi terceirizado e cerca de 50 mil visitantes participam da festa, que acontece anualmente em setembro.

O principal segmento turístico de Araçariguama é o de negócios, devido ao parque industrial instalado. Nos finais de semana a cidade recebe visitantes de segunda residência, principalmente provenientes de São Paulo.

O município não tem Plano de Desenvolvimento Turístico e não há COMTUR.

O *site* oficial de Araçariguama (ARAÇARIGUAMA, 2015) dispõe de área específica sobre turismo, apresentando os atrativos turísticos, meios de hospedagem e meios de alimentação, mas não faz referência ao Roteiro dos Bandeirantes.

4.2.2.3 CABREÚVA

Lucília Pinto de Souza Giacomini, Secretária de Turismo de Cabreúva, considera a Rota da Cachaça, os dois templos budistas (Figura 59), o Centro Histórico e a Fazenda Guaxinduva – locais frequentados por bandeirantes – como os principais atrativos turísticos de Cabreúva, responsáveis pelos fluxos de visitantes. Assim, apesar do segmento de ecoturismo expressivo em Cabreúva, o turismo rural e o histórico-cultural também são importantes para o desenvolvimento da atividade.

Figura 59 – Cabreúva, Centro Budista Kadampa



Fonte: Cabreúva, 2015.

A cidade realiza evento quinzenal, conhecido como Domingo na Praça, que oferece atividades culturais e de lazer das 9 às 17 horas. Há apresentações musicais e de teatro, feira de artesanato, contação de estórias e outras atividades. Além disso, são programadas exposições de carros antigos, encontros de motociclistas e outros eventos. Essa iniciativa tem agradado aos moradores e atraído centenas de turistas da região. A estimativa é de que cerca de 100 mil pessoas visitem a cidade anualmente, apesar de não haver dados estatísticos.

O COMTUR está sendo reestruturado e foi contratada equipe de consultoria para elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico, que deverá ser finalizado em setembro próximo.

O *site* oficial de Cabreúva (CABREÚVA, 2015) aponta o setor turístico como importante atividade econômica da cidade e apresenta os principais segmentos: histórico-cultural, esportes e aventura e saúde, devido à existência de alguns *spas*. Além disso, faz referência ao Caminho do Sol, roteiro religioso de 200 km que é percorrido por peregrinos, e ao Roteiro dos Bandeirantes. Nesse tópico, há uma breve descrição do roteiro, mas não há referência aos demais municípios, nem *link* para o *site* do Roteiro dos Bandeirantes.

4.2.2.4 PIRAPORA DO BOM JESUS

Pirapora do Bom Jesus foi um vilarejo missionário e sua importância sempre esteve atrelada à religião. A cidade ainda é um importante polo de atração de romarias, conhecida como Cidade dos Milagres²³. A cidade faz parte do Roteiro dos Bandeirantes e do Caminho do Sol.

²³ Em 1725, um incêndio destruiu totalmente um paiol, porém a imagem do Senhor Bom Jesus de Pirapora e os grãos de milho ficaram intactos.

Figura 60 – Pirapora do Bom Jesus, vista aérea



Fonte: Pirapora do Bom Jesus, 2015.

O diretor de Turismo do município afirma que o turismo torna-se uma atividade cada vez mais importante e que a Prefeitura tem buscado a profissionalização do setor. Inicialmente, o foco era no turismo religioso, mas agora há esforços para desenvolver outros segmentos, tais como pedagógico, ambiental, de aventura e o turismo para melhor idade. A Diretoria de Turismo pretende trabalhar os segmentos turísticos em diferentes dias da semana: segundas, quartas e sextas-feiras seriam dedicadas ao turismo pedagógico, com abordagem ambiental e/ou cultural. Terças e quintas-feiras ficam destinadas ao receptivo de grupos da melhor idade²⁴. Nos finais de semana e feriados, quando chega a maior parte dos visitantes independentes, o turismo religioso tem prioridade.

Dentre os principais atrativos turísticos da cidade, são apontados: Santuário Senhor Bom Jesus, Seminário Premonstratense, Portal dos Romeiros, Espaço Samba Paulista Vivo, Escola de Arte Sacra, Morro do Capuava e Monumento Geológico de Pillow-Lavas. O diferencial no Roteiro dos Bandeirantes são as romarias, tão tradicionais na cidade.

Em termos institucionais, o COMTUR será reativado em 2015 e existe a intenção de transformar Pirapora do Bom Jesus em município de interesse turístico. Assim, a Prefeitura tem como objetivo elaborar o Plano de Desenvolvimento Turístico ainda em 2015.

Como dificuldades para o desenvolvimento turístico da cidade, a Diretoria de Turismo aponta a poluição do Rio Tietê, a falta de sanitários públicos e de estacionamentos para os ônibus de excursionistas. Como experiência exitosa, são destacados os investimentos na organização e divulgação dos eventos promovidos. A maior oportunidade estaria no desenvolvimento do turismo pedagógico, baseado principalmente na educação ambiental.

O *site* oficial da cidade (PIRAPORA DO BOM JESUS, 2015) descreve sua história, a apresenta como berço do samba paulista²⁵ e destaca sua vocação para o turismo religioso. De acordo com o *site*, a cidade recebe mais de duzentos mil visitantes por ano: apenas a Romaria de Caucaia do Alto traz em torno de dez mil romeiros à cidade.

²⁴ Ressalta-se que essa informação foi prestada em entrevista e está aqui somente relatada, não sendo objeto de análise.

²⁵ Graças aos estudos sobre cultura popular desenvolvidos por Mario de Andrade.

4.2.2.5 PORTO FELIZ

Lourdes Kerche do Amaral, da Diretoria de Cultura, Esporte e Turismo (que pertence à Secretaria de Educação, Cultura e Esportes) aponta como os atrativos mais importantes de Porto Feliz: Parque das Monções, que conta com o porto de onde saíam as expedições dos Bandeirantes, Paredão Salitroso, batelão e gruta; Igreja Matriz Nossa Senhora Mãe dos Homens, que é da época dos Bandeirantes, construída em taipa de pilão; Casa da Cultura Dona Narcisa S. Pires; Casa da Alfândega, localizada no Largo da Penha; e Museu Histórico e Pedagógico das Monções.

A representante municipal relata que, normalmente, o roteiro pedagógico oferecido pelas agências de viagens percorre Santana de Parnaíba, Itu e Porto Feliz em único dia. Na sua opinião, o passeio torna-se muito corrido e com pouco aproveitamento da história das cidades.

Em relação aos fluxos turísticos, a cidade recebe estudantes durante a semana (3º ano do ensino fundamental até 3º ano do ensino médio); às sextas-feiras e sábados, estudantes de cursos técnicos (turismo, hotelaria e afins); nos fins de semana, principalmente famílias. Apesar de não haver monitoramento sistemático do fluxo de visitantes, a prefeitura estima que passam pela cidade 15 ônibus de excursão durante a semana e 600 visitantes independentes nos finais de semana, em geral de São Paulo e das cidades da região.

O turismo rural é considerado uma oportunidade, face à presença de fazendas com produção variada: jacaré, avestruz, gado leiteiro, além de duas adegas que vinho artesanal. A Diretoria de Cultura, Esporte e Turismo pretende criar outros roteiros, principalmente com foco nos aspectos ecológicos, que possam ser trabalhados pelas agências de turismo pedagógico.

A cearense, prato típico da cidade tombado como patrimônio imaterial de Porto Feliz pela Lei Municipal 4.566 de 05 de março de 2008, é servida nos restaurantes da cidade em dias específicos. O prato foi inventado por um cozinheiro de um grupo de pescadores de Porto Feliz, que teve que improvisar uma refeição com poucos ingredientes: feijão rosinha, tomate, carne, cebola, couve, cebola e salsa (MARCOS CARRILHO ARQUITETOS, 2008).

Um diferencial da cidade é a realização da Semana das Monções, que acontece anualmente em outubro, com apresentações teatrais. O evento foi criado a partir da sugestão de Sérgio Buarque de Holanda de criar um espetáculo teatral para contar a história e relembrar a importância das monções dos Bandeirantes. A primeira edição ocorreu em 1952 e teve períodos de pouco prestígio, mas a partir de 1996 foi reativada e houve crescimento do teatro de Porto Feliz (Figura 61).

A cidade não tem Plano de Desenvolvimento Turístico e o COMTUR está desativado.

O *site* oficial de Porto Feliz (PORTO FELIZ, 2015) apresenta os atrativos turísticos da cidade e relata sua história diretamente ligada ao porto de Araritaguaba, usado como ponto de partida dos Bandeirantes em busca de índios para escravização. O povoado surgiu em 1721, a partir das fazendas que abasteciam as expedições fluviais em busca de minas de ouro.

Figura 61 – Porto Feliz, encenação durante Semana das Monções



Fonte: Porto Feliz, 2015.

4.2.2.6 SALTO

O povoado surgiu a partir de uma aldeia de índios guaianazes, localizada às margens do Rio Tietê, em 1695. A Estância Turística de Salto tem vocação para o turismo ecológico, devido aos atrativos turísticos que permitem a compreensão de diversos aspectos relacionados à preservação ambiental. Dentre os principais atrativos turísticos, a diretora de Turismo menciona o Complexo da Cachoeira de Salto e Memorial do Tietê, às margens do Rio Tietê, Ponte Pênsil, Parque Rocha Moutanneé e a Igreja Matriz. A cidade também conta com um conjunto arquitetônico dos séculos XIX e XX e cultura forte. Um aspecto diferencial é a valorização da cultura, refletida nas diversas atividades artísticas, musicais, de dança, entre outras, e também nos eventos culturais, como a Encenação da Paixão de Cristo, que atrai anualmente milhares de moradores e turistas.

Não há dados exatos de fluxo de visitantes, mas em 2014 contabilizou-se 1.800 assinaturas nos livros de visita dos atrativos turísticos públicos. A consultoria contratada para o PDT realizou pesquisa de demanda e identificou que 45% dos visitantes de Salto são provenientes da capital.

São citados como principais entraves para o desenvolvimento turístico a poluição do Rio Tietê, que prejudica a imagem da cidade, e a centralização e o reduzido número de atrativos turísticos privados. A meta da Secretaria do Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Turismo é reduzir a centralização das ações estratégicas do setor turístico por parte do poder público e estimular a maior participação e envolvimento dos empresários. É mencionada a necessidade de formatação de novos atrativos turísticos e roteiros turísticos.

O turismo rural é uma oportunidade para promover o turismo em Salto, além da criação de roteiro regional geológico, envolvendo Itu, Salto e Porto Feliz, com os respectivos Parque Varvito, Parque Rocha Moutanneé e vestígios geológicos detectados pelo Instituto Vale Médio do Tietê em Porto Feliz.

Figura 62 – Salto, cachoeira



Fonte: Salto, 2015.

O município de Salto tem COMTUR em funcionamento e o Plano de Desenvolvimento Turístico está em vias de ser entregue, segundo informou a diretora de Turismo.

Na seção de turismo do *site* da Prefeitura (SALTO, 2015.) há uma relação de informações sobre atrativos turísticos, gastronomia, hospedagem e artesanato. Destaca-se o vídeo institucional do turismo no município, com as principais atrações turísticas da cidade, estimulando a visitação.

4.2.2.7 SANTANA DE PARNAÍBA

Considerada o ponto de partida para os cerca de 180 quilômetros do Roteiro dos Bandeirantes, Santana de Parnaíba está a 40 km da capital paulista. Foi fundada às margens do Rio Tietê, em 1580, de onde saíam as expedições das bandeiras rumo ao sertão. A cidade apresenta o maior conjunto arquitetônico preservado do estado de São Paulo, com 209 construções dos séculos XVII ao XX (Figura 63), tombadas pelo patrimônio histórico estadual. Por conta disso, o *site* Viaje Aqui, que reúne o conteúdo do Guia Quatro Rodas, justifica o apelido de Ouro Preto Paulista. Dentre as construções, merecem destaque a Casa do Anhanguera e a Igreja Matriz Nossa Senhora de Santana, que conserva uma imagem de São Benedito, exemplar do dito "santo de pau oco" utilizado para despistar a fiscalização da Coroa Portuguesa no contrabando de ouro na época da mineração (VIAJE AQUI, 2015b).

Figura 63 – Santana de Paranaíba, casarões históricos



Fonte: Wikipedia, 2015.

Os principais segmentos turísticos de Santana de Paranaíba, segundo Josie Carolina dos Santos Marques e Mara Jane Pieve, responsáveis pela área de turismo da Secretaria de Cultura e Turismo, são o turismo cultural, histórico, pedagógico e de eventos – como Drama da Paixão, Corpus Christi, Antigomobilismo e Natal, apontados como prática bem-sucedida em Santana de Paranaíba.

Os meses de maior fluxo de visitantes são maio, junho, agosto e setembro. Apesar de não haver pesquisa quantitativa de demanda, o levantamento realizado pela Secretaria de Cultura e Turismo no Centro de Informações Turísticas revela que cerca de 75% dos visitantes são provenientes da capital.

O Plano de Desenvolvimento Turístico está em fase de elaboração, mas ainda não existe COMTUR, cuja lei de criação já foi encaminhada à Câmara Municipal para aprovação.

O *site* oficial da cidade não contém informações sobre o turismo em Santana de Paranaíba, tampouco menciona o Roteiro dos Bandeirantes.

4.2.2.8 SÃO ROQUE

A cidade foi fundada em 16 agosto de 1657 e seu histórico, atrativos turísticos, meios de hospedagem, restaurantes e vinícolas podem ser consultados no *site* da Prefeitura (SÃO ROQUE, 2015).

A representante da Prefeitura da Estância Turística de São Roque no Roteiro dos Bandeirantes, Eliane Nataline Stasevicius, é chefe de Serviço Técnico de Promoções e Divulgações da Secretaria de Cultura e Turismo.

Na opinião da representante do município, o segmento de enoturismo tem crescido significativamente, em função do Roteiro do Vinho, que reúne vinícolas e a maioria dos restaurantes tradicionais das culinárias italiana e portuguesa na área rural de São Roque. De acordo com estimativa dos empresários envolvidos, cerca de 20 mil turistas visitam o local semanalmente, majoritariamente provenientes da capital. Nos postos de informações turísticas mantidos pela Prefeitura passam 26 mil visitantes por ano.

Os principais atrativos apontados pela gestora são: empreendimentos do Roteiro do Vinho, Ski Mountain Park (que agora conta com centro de treinamento de esportes de neve), Sítio e Capela Santo Antonio, de 1657, Igreja São Benedito e o Centro Cultural Brasital.

Dentre as dificuldades apontadas, destacam-se a dependência do setor turístico do segmento rural (vinho e alcaçofra) e o fechamento do comércio nos finais de semana. A necessidade de melhor comunicação com o mercado em relação à diversidade de produtos e experiências turísticas é mencionada.

Oportunidades seriam o desenvolvimento de artesanato com identidade de São Roque, explorar serviços receptivos e implementar o projeto do trem turístico, utilizando Maria Fumaça disponível para operar passeios – mas a implementação desse projeto depende da operação da atual concessionária ferroviária, cujo contrato com governo do estado não exige operação turística.

Figura 64 – São Roque, mapa do Roteiro do Vinho, Gastronomia e Lazer



Fonte: Roteiro do Vinho, 2015.

Existe formalmente um COMTUR, porém não é muito atuante. Há interesse da Prefeitura em elaborar um Plano de Desenvolvimento Turístico.

O *site* oficial de São Roque apresenta informações sobre o turismo da cidade, listando empreendimentos das áreas de alimentação, hospedagem, atrativos turísticos, lazer, cultura, roteiros, vinícolas, além de informações de acesso, transporte, hospital e bancos. Não faz, porém, referência ao Roteiro dos Bandeirantes.

4.2.2.9 TIETÊ

Conhecida como Cidade das Flores, Tietê conta patrimônio arquitetônico interessante, apesar de não estar totalmente preservado. Além disso, a cidade toda está inserida em área de proteção ambiental.

Segundo Lyria Pontes Pasquali Dias, Secretária Municipal de Cultura e Turismo, Tietê tem vocação para o turismo histórico-cultural, ecológico e rural. Os principais atrativos turísticos apontados são: Parque Ecológico Cornélio Pires (recebe cerca de 1.000 visitantes nos finais de semana), Praça Dr. Elias Garcia, casarões da época colonial, Festa de São Benedito, Festa do Divino e Escadaria da Rua do Porto Geral.

Existem dois grandes projetos de investimento público no setor turístico: uma passarela pênsil sobre o Rio Tietê, que assim que implantada será a maior do hemisfério sul; e a implantação da Rota Fluvial, percorrendo 15 km no Rio Tietê, a partir de porto urbano que também será construído, em fase de elaboração. Os profissionais envolvidos no projeto afirmam que o Rio Tietê, naquele trecho, está despoluído e a mata ciliar preservada. Serão duas obras de destaque para a cidade, visando criar atrativos diferenciados para aumentar o fluxo turístico.

Para a Secretaria de Cultura e Turismo, o diferencial de Tietê para ser explorado no Roteiro dos Bandeirantes é a hospitalidade da população local, que sempre acolheu muito bem seus visitantes. As oportunidades mencionadas são o fomento ao turismo rural, com eventual criação do Roteiro Caipira de Tietê.

Figura 65 – Tietê, vista aérea



Fonte: Destino Caipira, 2015.

A cidade ainda não tem Plano de Desenvolvimento Turístico e, apesar de não ser atuante, conta com COMTUR.

No *site* do município (TIETÊ, 2015) encontram-se informações sobre pontos turísticos, gastronomia e hospedagem.

4.3 ANÁLISE DO ROTEIRO DOS BANDEIRANTES

Do ponto de vista mercadológico, o Roteiro dos Bandeirantes ainda não é um produto turístico consolidado, não contando com uma oferta consistente. Por outro lado, para a demanda faltam informações turísticas básicas, tais como: o que fazer, visitar e vivenciar; onde se hospedar; o que comer; qual cidade visitar; mapas, serviços receptivos etc. Também não há disponibilidade de dados sobre programação cultural, vida noturna e sugestão de passeios e atividades de acordo com o perfil do viajante.

Além da falta de informações, há carência de imagens e vídeos que estimulem o turista a visitar o Roteiro dos Bandeirantes.

Um *site* oficial do Roteiro dos Bandeirantes deveria ser desenvolvido e contar com informações relevantes, fotos e orientações para o visitante que planeja conhecer a região. Atualmente, ao procurar informações nos mecanismos de buscas, *sites* de agências de turismo pedagógico que operam parte do Roteiro dos Bandeirantes são os mais relevantes.

Para estruturar o Roteiro dos Bandeirantes, é necessária articulação e organização dos gestores de todos os municípios envolvidos, buscando:

- fortalecimento da governança, a partir do envolvimento e comprometimento dos representantes de todos os municípios, incentivando a cooperação e colaboração dos gestores;
- sistematização e consolidação das informações turísticas de todos os municípios do Roteiro;
- formatação de produtos turísticos relacionados aos Bandeirantes;
- criação de roteiros turísticos que possam ser realizados por viajantes independentes;
- criação de comunicação coerente, a partir da definição dos públicos-alvo a serem atingidos, como estudantes, que visitam o roteiro com as agências de turismo pedagógico, e turistas independentes;
- disponibilização de informações relevantes e atualizadas sobre o Roteiro dos Bandeirantes em *site*, *blog* e guias impressos.

A partir das entrevistas individuais com representantes dos nove municípios, foram identificadas deficiências, necessidades e oportunidades, assim como experiências bem-sucedidas que pudessem ser aproveitadas por Itu e compartilhadas com os demais municípios. O Quadro 7 sintetiza os resultados.

Quadro 7 – Análise do Roteiro dos Bandeirantes

Cidade	Principais atrativos	Boas práticas	Principais dificuldades	Site
Itu	Casa do Bandeirante (Chácara Rosário) Estrada Parque	Criação e atuação da PROTUR	Sensibilização da população em relação do turismo	Área específica sobre turismo, apresentando as 7 maravilhas de Itu, atrativos turísticos, agenda de eventos, patrimônios tombados e serviços disponíveis na cidade, como meios de hospedagem, alimentação e transporte.
Araçariguama	Mina do Ouro	Organização de grandes eventos, como o Rodeio de Araçariguama	Cidade dormitório	Área específica sobre turismo. Apresenta atrativos turísticos, meios de hospedagem e meios de alimentação. Não faz referência ao Roteiro dos Bandeirantes.
Cabreúva	Pontos de passagem dos Bandeirantes (Fazenda Guaxinduva) e Centro Histórico	Realização do evento "Domingo na Praça" quinzenalmente, com programação variável (música, teatro, artesanato, contação de história	Implantar PDT e reativar COMTUR	Aponta o setor turístico como importante atividade econômica da cidade e os principais segmentos: histórico-cultural, esportes e aventura e saúde, devido à existência de alguns spas. Faz referência ao Caminho do Sol e ao Roteiro dos Bandeirantes.

Cidade	Principais atrativos	Boas práticas	Principais dificuldades	Site
Pirapora do Bom Jesus	Romarias	Planejamento e organização de eventos religiosos que atraem milhares de visitantes	Implantar PDT e reativar COMTUR	Apresenta a cidade como berço do samba paulista e destaca sua vocação para o turismo religioso. Recebe mais de duzentos mil visitantes por ano.
Porto Feliz	Realização da Semana das Monções, evento anual baseado em encenações. Prato típico	Encenações teatrais para reproduzir fatos históricos ocorridos no município Diversificação dos segmentos turísticos	Falta do COMTUR organizado e ativo	Apresenta os atrativos turísticos da cidade e relata sua história.
Salto	Atrativos que compõem roteiro pedagógico, com foco ambiental	Vídeo institucional que apresenta o turismo em Salto Organização de diversos eventos e atividades culturais	Falta de envolvimento do <i>trade</i>	Há informações sobre atrativos turísticos, gastronomia, hospedagem, artesanato e um vídeo institucional do turismo no município, com as principais atrações turísticas da cidade.
Santana de Parnaíba	Patrimônio histórico	Organização de grandes eventos (Paixão, Corpus Christi, antigomobilismo)	Falta de PDT, COMTUR e de visão do <i>trade</i> turístico do município	Não tem informações sobre turismo.
São Roque	Roteiro rural (Roteiro do Vinho) e pista de esqui artificial	Organização e cooperação dos empresários para fortalecer o Roteiro do Vinho	Fechamento do comércio nos fins de semana	Apresenta informações sobre o turismo da cidade, áreas de alimentação, hospedagem, atrativos turísticos, lazer, cultura, roteiros, vinícolas, acesso, transporte, hospital e bancos. Não faz referência ao Roteiro dos Bandeirantes.
Tietê	Acolhimento e hospitalidade da população local	Investimento da prefeitura em grandes projetos turísticos (Rota Fluvial e Passarela Pênsil)	Falta de atrativos turísticos consolidados	Informações sobre pontos turísticos, gastronomia e hospedagem.

Fonte: Entrevistas realizadas.

As experiências das cidades do Roteiro dos Bandeirantes foram objeto de discussão em oficina participativa, relatada na Parte II deste trabalho. A Parte III desenvolve os projetos priorizados para este eixo.

5 EIXO 5: SINERGIA ENTRE AS PRINCIPAIS INSTITUIÇÕES DE TURISMO

As entrevistas e reuniões preliminares realizadas apontam, de forma recorrente, a coexistência de diversos atores que trabalham para o desenvolvimento do turismo no município de Itu. São secretarias municipais, como a de Turismo, Lazer e Eventos, a de Cultura e a de Planejamento, instituições de ensino (CEUNSP, ETEC, UFSCAR e FATEC), PROTUR, Grupo Gestor de Turismo, COMTUR, Associação Comercial e Industrial de Itu e Roteiro dos Bandeirantes.

A coexistência harmoniosa dessas entidades e a convergência para objetivos comuns são aspectos essenciais para o desenvolvimento do turismo sem que exista desperdício de recursos financeiros e humanos. A título de ilustração, vale mencionar o fato de Itu ter considerado elaborar dois mapas turísticos preparados por diferentes atores, ou que a disponibilidade de guias de turismo no quadro de funcionários da Secretaria de Turismo, Lazer e Eventos é um aspecto positivo para o desenvolvimento da atividade em Itu que pode ser melhor aproveitado se existirem mais parcerias entre as entidades responsáveis. O alinhamento de responsabilidades também pode evitar a disputa por orçamento entre as diversas pastas públicas e as instituições privadas.

A falta de articulação entre as entidades de fomento ao turismo é visível para toda a população ituana, que aponta a necessidade de maior comunicação entre os empresários e a Prefeitura (IBOPE, 2008). A necessidade de entrosamento e harmonia, principalmente no setor público, também foi percebida por lideranças da comunidade (IBOPE, 2008). O apoio da Prefeitura é tido como fundamental para as iniciativas do setor privado.

Este eixo estratégico visa apontar recomendações para criar sinergia entre as principais entidades de fomento ao turismo no município de Itu. Nesse cenário, o desenvolvimento do espírito colaborativo dos servidores municipais previstas pelo Plano de Governo de Itu também pode ser relevante.

5.1 METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos utilizados foram:

- levantamento bibliográfico em fontes acadêmicas e institucionais para embasar as competências institucionais²⁶ em geral atribuídas a cada instância;
- diagnóstico das atuais competências institucionais de cada entidade ligada ao turismo a partir dos textos formais e/ ou legais vigentes;
- estudo de *benchmarking* em dois municípios bem-sucedidos nas competências institucionais de turismo²⁷;
- recomendações para as entidades ligadas ao setor turístico de Itu, visando seu fortalecimento e melhores resultados para o turismo no município, apresentadas na Parte IV.

²⁶ As capacidades econômico-financeiras (análise do orçamento e gastos) e as competências organizacionais (como estrutura institucional e fluxos de trabalho, processos e procedimentos) das instituições de fomento ao turismo não são escopo deste trabalho.

²⁷ A escolha dos municípios para *benchmarking* seguiu, como critério, destinos com estrutura de governança ágil e que envolva a integração entre os setores público, privado e a sociedade civil organizada, destinos que respondam por fluxos estaduais ou regionais representativos, destinos com a oferta turística qualificada e bem estruturada, ou turismo assentado no desenvolvimento de produtos sustentáveis e diversificados.

Para o estudo de *benchmarking*, foram realizados os seguintes contatos em abril/2015:

- Lilian Barbosa, secretária da Associação de Empresas de Turismo de Brotas e Região (Abrotur);
- Luciana Pires de Jesus, secretária de turismo de Brotas;
- Elizandra Bueno de Godoy, da Associação Comercial e Empresarial de Socorro (ACE-Socorro);
- Deise Formaggio, chefe de turismo de Socorro.

5.2 COMPETÊNCIAS INSTITUCIONAIS DO SETOR DE TURISMO

A gestão do setor de turismo apresenta grande complexidade e especificidade na medida em que envolve uma grande quantidade de diferentes atores vinculados a segmentos econômicos diversos e instituições que integram sua cadeia produtiva. Em consequência, são inúmeros os arranjos institucionais estabelecidos para a gestão do setor, cuja exploração econômica no Brasil é, prioritariamente, de iniciativa privada.

O papel mais ou menos intervencionista do setor público na sua gestão depende de vários fatores, entre os quais podem ser mencionados: o estágio de desenvolvimento e implantação de atrativos turísticos; a escala dos empreendimentos turísticos; as políticas de Estado com relação à centralização, descentralização e privatização; o nível de capacidade técnica e financeira das organizações do setor privado para implantar investimentos turísticos; e, sobretudo, a capacidade institucional das organizações governamentais para a gestão do setor.

A gestão do turismo enfrenta, ainda, dificuldades oriundas da própria natureza de seus produtos. Ecossistemas e bens culturais frágeis, ao mesmo tempo em que apresentam grande potencial turístico, estão sujeitos a riscos de degradação que demandam a combinação das atividades de promoção com mecanismos de controle de carga turística. Os mecanismos de controle dos custos de acesso, por sua vez, podem levar à exclusão ou limitação da entrada da população local a esses atrativos. Além da desigualdade, tais mecanismos de restrição geram desinteresse dos grupos excluídos por sua proteção e preservação. É nesse sentido que a gestão do turismo exige sistemas organizacionais complexos, focados no desenvolvimento de inteligência territorial e elaboração de políticas públicas consistentes. Premissas como o planejamento estratégico participativo, a sustentabilidade, a aprendizagem contínua, a inovação e o uso de novas tecnologias e sistemas de comunicação são essenciais para esse gerenciamento.

A participação social²⁸, por exemplo, depende da capacidade dos organismos de se aproximarem da sociedade e de transferirem recursos e poder decisório aos cidadãos, bem como da flexibilidade no modelo de gestão; da coordenação para as ações desenvolvidas em parceria com administrações regionais, locais e setores organizados da sociedade; da participação cidadã, no que diz respeito ao pleno exercício da cidadania, para estabelecer formas de consultas e codecisão; da transparência administrativa; e da modernização tecnológica. Para isso, muitas vezes é necessário recriar política e institucionalmente as entidades envolvidas e transformar as relações entre o Estado e a sociedade.

²⁸ Algumas experiências participativas estão em curso no país: os fóruns temáticos, os conselhos gestores de políticas públicas e o orçamento participativo. Mas ainda há muitas dificuldades em torno deste modelo.

Este eixo não tem a pretensão de chegar tão longe. Intenciona, apenas, dar os primeiros passos para refletir a respeito do modelo desejado, a partir de considerações teórico-conceituais. A proposta apresentada na Parte IV deste documento, que diz respeito à governança dos projetos propostos, têm a característica de viabilizar a ampliação das discussões e dos estudos, dando condições para que grupos de trabalho (próprios do poder público ou de parceiros), dedicados ao arranjo e fortalecimento institucional, tenham tempo, recursos e foco apenas nessas questões. Devem, ainda, necessariamente, começar com um amplo diagnóstico institucional, que foge ao escopo deste eixo.

5.2.1 Níveis de governança

O MTur estabelece níveis de governança, no contexto de sua política de regionalização, no âmbito nacional, estadual, regional e municipal (Figura 66).

Figura 66 – Níveis de governança



Fonte: MTur, 2004 apud Paraná, 2009.

Os níveis de governança definidos e seus objetivos são (MTur, 2004 apud Paraná, 2009):

- nacional – Ministério do Turismo, apoiado pelo Conselho Nacional de Turismo:
 - definir diretrizes estratégicas;
 - planejar e coordenar as ações, em âmbito nacional;
 - articular, negociar e estabelecer parcerias com as diversas esferas de governo, iniciativa privada e organizações não governamentais nacionais e internacionais;
 - monitorar e avaliar as ações do programa, em âmbito nacional;
 - produzir e disseminar dados e informações.
- estadual – órgão oficial de turismo da Unidade da Federação (UF), apoiado pelo Fórum Estadual de Turismo (ou Conselho Estadual de Turismo):
 - elaborar diretrizes e estratégias alinhadas às nacionais;
 - planejar e coordenar as ações do programa, em âmbito estadual e regional;
 - articular, negociar e estabelecer parcerias, em âmbito nacional e regional;

- monitorar e avaliar as ações do programa, em âmbito estadual e regional;
- produzir e disseminar dados e informações.
- regional – instância de governança regional apoiada pelo órgão oficial de turismo da UF e pelo Fórum Estadual de Turismo:
 - planejar e coordenar as ações, em âmbito regional e local;
 - articular, negociar e estabelecer parcerias, em âmbito regional e local;
 - monitorar e avaliar as ações do programa, em âmbito local;
 - produzir e disseminar dados e informações.
- local – órgão municipal de turismo, apoiado pelo colegiado local (Conselho Municipal de Turismo):
 - mobilizar os segmentos organizados para o debate e a indicação de propostas locais para a região;
 - integrar os diversos setores locais em torno da proposta de regionalização;
 - participar de debates e da formulação das estratégias locais para o desenvolvimento da região;
 - planejar e executar ações locais, integradas às regionais.

Em documento mais recente, o MTur avança na definição das competências dos diversos níveis de governança estabelecidos (Quadro 8), ainda de acordo com a política de regionalização do turismo.

Quadro 8 – Competências dos grupos envolvidos com o desenvolvimento do turismo

Grupo	Competência
Ao Ministério do Turismo, com o apoio do Conselho Nacional de Turismo e, especificamente, da Câmara Temática de Regionalização, compete:	<ul style="list-style-type: none"> · elaborar e disponibilizar material didático e orientações para a elaboração de roteiros turísticos; · articular, junto às diversas instituições governamentais e não governamentais, ações e programas convergentes, em âmbito federal; · prestar apoio técnico e financeiro às Unidades Federativas (UF) no processo de roteirização, conforme disponibilidade; · induzir e apoiar o processo de roteirização junto às UF; · apoiar a promoção, divulgação e comercialização dos roteiros turísticos; · definir parâmetros de qualidade dos serviços turísticos.
Aos Órgãos Estaduais de Turismo, com o apoio do Fórum Estadual de Turismo, compete:	<ul style="list-style-type: none"> · divulgar orientações e disponibilizar material didático para a elaboração de roteiros turísticos, feitos pelo Ministério do Turismo; · articular, junto às diversas instituições governamentais e não governamentais, ações e programas convergentes, em âmbito estadual; · monitorar e avaliar o processo de roteirização, com base nos modelos de indicadores disponibilizados pelo Ministério do Turismo; · induzir e apoiar o processo de roteirização nas regiões turísticas do estado; · apoiar a promoção, divulgação e comercialização dos roteiros turísticos.
À Instância de Governança Regional, com o apoio do colegiado local, compete:	<ul style="list-style-type: none"> · promover a integração e mobilização dos agentes; · monitorar e avaliar os roteiros turísticos; · oferecer apoio técnico ao processo de roteirização, conforme disponibilidade; · induzir e apoiar o processo de roteirização na região turística.
Ao Órgão Municipal de Turismo, compete:	<ul style="list-style-type: none"> · mobilizar e integrar os agentes locais para a participação no processo; · oferecer apoio técnico e financeiro, conforme disponibilidade; · levantar e disponibilizar informações atualizadas sobre o município;

Grupo	Competência
Aos parceiros, compete:	• dotar e zelar pela infraestrutura turística e de apoio ao turismo do município;
	• regular e ordenar a atividade turística, em âmbito municipal.
	• capacitar empresários de micro e pequenos empreendimentos turísticos;
	• estimular a criação e consolidação de novos roteiros turísticos;
	• fomentar ações para a promoção da cultura;
	• apoiar a elaboração e promoção de roteiros;
	• desenvolver programas de qualificação e valorização de produtos e serviços ligados à cadeia produtiva do turismo;
	• qualificar a oferta turística, ajustando-a às exigências da demanda.
	• criar redes de ações com empresários do setor e do poder público;
	• elaborar e gerenciar os roteiros;
À iniciativa privada, compete:	• promover e comercializar os roteiros turísticos;
	• qualificar seus produtos e serviços.

Fonte: MTur, 2007, p. 26-27.

5.2.2 Instâncias de governança

Para o MTur, instâncias de governança são instrumentos concretos de viabilização da integração e descentralização do poder de decisão, com base na gestão democrática. O Programa de Regionalização do Turismo considera as instâncias como responsáveis pela definição de prioridades; pela coordenação das decisões a serem tomadas; pelo planejamento e execução do processo de desenvolvimento do turismo na região (no caso das instâncias regionais) ou município (no caso dos Conselhos Municipais de Turismo). Devem participar nas decisões políticas, econômicas e sociais no seu território de abrangência.

Os formatos mais comuns de instâncias de governança são mostrados no Quadro 9.

Quadro 9 – Instâncias de governança

Instância	Competência
Fórum	A palavra fórum significa reunião, congresso, conferência que envolve debate de um tema. É um espaço democrático que serve como instrumento de comunicação, reflexão, debate, intercâmbio, articulação, ajuda mútua na solução de dúvidas e problemas, exposição de ideias, opiniões e sugestões sobre um determinado tema. No fórum as pessoas podem se reunir para discutir sobre um determinado assunto por meio de debates temáticos, criação de agendas e pautas de discussão, articulação política, social, cultural e econômica, proposição e organização de atividades coletivas, sempre com um propósito determinado. A organização do fórum pressupõe a escolha democrática de um presidente, um vice-presidente e coordenadores de cada um dos comitês temáticos.
Conselho	Órgão ou instância colegiada de caráter permanente, deliberativo e consultivo, que integra a estrutura básica da secretaria ou órgão equivalente e tem sua composição, organização e competência fixados em lei. Os Conselhos têm o papel de estabelecer a mediação das relações sociedade/Estado. A partir da Constituição de 1988, leis orgânicas específicas passaram a regulamentar o direito constitucional à participação, por meio de Conselhos com composição paritária entre representantes do Poder Executivo e da sociedade civil.

Instância	Competência
Associação	<p>Pessoa jurídica formada por vários indivíduos, que se organizam de forma democrática para a realização de atividades sem fins lucrativos, em defesa de seus interesses. Distingue-se de outras entidades pela dupla identidade dos associados, que são, ao mesmo tempo, gestores e usuários. Suas principais características são:</p> <ul style="list-style-type: none"> • entidades de direito privado e não público; • constituídas pela reunião de duas ou mais pessoas físicas e/ou jurídicas para a realização de objetivos comuns; • têm patrimônio formado pela contribuição dos participantes, por doações, subvenções etc.; • podem ter as finalidades alteradas pelos associados, em assembleia geral; • deliberam livremente, em assembleia geral, por meio do direito de voto de cada sócio.
Agência de desenvolvimento	<p>Organização técnico-institucional de caráter executivo que atua na identificação, elaboração, implementação e monitoramento de projetos de desenvolvimento setorial ou territorial. Sua estrutura organizacional é composta normalmente por: assembleia geral; presidente e vice-presidente; administração; conselho fiscal; superintendente ou diretor executivo e quadro técnico. Os aspectos mais relevantes de uma Agência são:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ser aceita e entendida pelas estruturas políticas e institucionais; • traduzir todos os seus objetivos em projetos e atividades concretas; • coordenar esforços com outras organizações já existentes; • mobilizar os recursos financeiros, públicos e/ou privados, necessários à sua estrutura básica e necessários à implementação de novos projetos; • ter autonomia e independência institucional necessárias para tomar suas próprias decisões no contexto regional; • revelar forte empenho do pessoal técnico, de modo a obter resultados concretos.

Fonte: Paraná, 2009, p. 19-20.

Um dos mecanismos mais utilizados no processo de governança do turismo é o estabelecimento de conselhos participativos. A uniformização de discursos e as condições práticas para a consecução dessas iniciativas não são tarefas simples. A diversidade dos atores e até mesmo a falta de um nivelamento técnico entre eles trazem obstáculos consideráveis ao sucesso no empreendimento de políticas gerativas.

5.3 INSTITUIÇÕES DE ITU

O estado de São Paulo é dividido em 15 regiões administrativas que, por sua vez, dividem-se em regiões de governo. Itu faz parte da região administrativa de Sorocaba e, também, da região de governo de Sorocaba. O município é, atualmente, governado pelo Prefeito Antonio Luiz Carvalho Gomes, do Partido Social Democrático (PSD). A administração municipal está formada conforme o Quadro 10.

Quadro 10 – Secretarias municipais de Itu

Secretarias municipais
Chefia de Gabinete do Prefeito
Administração
Administração da Regional do Pirapitingui
Apoio ao Emprego e Incentivo ao Desenvolvimento Industrial
Assuntos Jurídicos
Cultura
Economia e Finanças
Educação
Esporte
Fundo Social de Solidariedade
Governo

Secretarias municipais
Meio Ambiente
Obras e Serviços Viários
Planejamento
Promoção e Desenvolvimento Social
Saúde
Segurança, Trânsito e Transporte
Serviços Funerários
Serviços Urbanos e Rurais
Turismo, Lazer e Eventos

Fonte: Itu, 2014b.

Especificamente em relação à Secretaria de Turismo, Lazer e Eventos, cada uma das pastas corresponde a uma Diretoria interna, conforme estabelecido pela Lei 678, de 10/10/05 (LEIS MUNICIPAIS, 2012). Essa estrutura adicionou o tema Lazer junto a Turismo, em comparação à formação anterior da Secretaria, que era de Turismo e Eventos Especiais (Lei 10, de 24/01/01).

Ainda em relação ao turismo, a Lei 1.222 (ITU, 2010b), criou o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) e definiu como entidades ligadas à atividade: Associação Comercial e Industrial de Itu (ACIITU); Associação das Cerâmicas Vermelhas de Itu e Região (ACERVIR); Associação de Turismo Rural do Médio Tietê (ASTUR)²⁹; Associação do Artesão de Itu; Associação dos Agentes de Viagem do Interior do Estado de São Paulo (AVIESP); Associação dos Engenheiros e Arquitetos de Itu; Associação dos Romeiros de Itu; Associação Paulista dos *Campings* (APC); PROTUR; Conselho Comunitário de Segurança (CONSEG); Conselho das Sociedades de Amigos de Bairros e da Cidade de Itu (CONSABSCI); Consórcio Intermunicipal do Polo Turístico do Alto Tietê - Roteiro dos Bandeirantes; Cooperativa Agrícola Mista de Itu; estabelecimentos de ensino sediados no município de Itu ministrando cursos voltados para o turismo e atividades afins (Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio – CEUNSP; Escola Técnica Estadual Martinho Di Ciero, Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC, Serviço Social da Indústria – SESI, Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE), Faculdade de Tecnologia de Itu, Centro Paula Souza, Associação Projeto Oficina Escola de Artes e Ofícios de Itu – APOEA e Imperial Turismo); Sindicato do Comércio Varejista de Itu (SINCOMÉRCIO); Sindicato Rural de Itu; Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), Seção de Itu; Conselho Municipal de Turismo de Salto. Em comparação à legislação vigente durante a elaboração do PDT 2009 (Lei 807, de 13/02/07), a nova formação inseriu o COMTUR de Salto na discussão sobre o turismo em Itu, ao mesmo tempo em que excluiu entidades ligadas à cultura, por exemplo, Sociedade Amigos da Cidade de Itu (SACI) e Museu de Energia.

Um Grupo Gestor foi estabelecido em março de 2011 (CONSELHO MUNICIPAL DE POLÍTICA CULTURAL DE ITU, 2011), como parte da primeira etapa do Projeto Gestão & Planejamento de Destinos Turísticos³⁰, do MTur, executado pelo Instituto Marca Brasil (2014). O Grupo Gestor que atualmente está formado em Itu foi estabelecido em fevereiro de 2013, pela Portaria 649. Tem representantes da

²⁹ Essa associação já não existe mais.

³⁰ Em âmbito federal, as políticas públicas de turismo são orientadas pelo Plano Nacional de Turismo (PNT). Um dos programas previstos pelo PNT 2003-2007 era o Programa de Regionalização do Turismo, que se desenvolve por intermédio, por exemplo, do Projeto Gestão & Planejamento de Destinos Turísticos.

O Projeto Gestão & Planejamento de Destinos Turísticos utiliza a metodologia aplicada pelo Projeto 65 Destinos Indutores de Turismo, de maneira que um de seus resultados é um Índice de Competitividade gerado a partir de 13 dimensões e 62 variáveis. São cinco as etapas/ *workshops* para sua execução: 1 – posicionamento e formação de Grupo Gestor; 2 – planejamento e gestão; 3 – empreendedorismo e gestão de projetos; 4 – inteligência competitiva e formação de indicadores; 5 – liderança articuladora no planejamento turístico (INSTITUTO MARCA BRASIL, 2014).

Secretaria de Turismo, Lazer e Eventos, PROTUR, COMTUR, instituições de ensino, profissionais de turismo, SEBRAE, Conselho de Cultura, meios de hospedagem, estabelecimentos de alimentação, agências de viagens, sociedade civil, turismo rural, Câmara Municipal de Vereadores e associação comercial.

A PROTUR começou a ser criada por meio da liderança de Neca Setúbal e Paulo Almeida Prado, a partir de uma série de discussões que começaram a ocorrer em abril de 2003 para debater o futuro do turismo da cidade. Definida como uma entidade que visa divulgar e organizar o setor de turismo na cidade e composta por empreendedores de meios de hospedagem, agências de turismo e meios de comunicação (PROTUR, 2015), a PROTUR é protagonista do desenvolvimento turístico de Itu, tendo sido declarada, em julho de 2004, de utilidade pública pela lei 582.

Os aspectos relevantes dos atos constitutivos e regulatórios desses atores principais – PROTUR, Grupo Gestor e COMTUR – são apresentados no Quadro 11 e comentados a seguir.

O COMTUR é definido como deliberativo e consultivo – não sendo, portanto, normativo ou fiscalizador; o Grupo Gestor, como um grupo de trabalho; e a PROTUR, uma entidade civil sem fins lucrativos.

O presidente e o vice-presidente do COMTUR são eleitos para um mandato de dois anos. A composição do COMTUR prevê 27 membros: um representante do poder executivo (Secretaria de Turismo) e um do legislativo, 15 entidades citadas nominalmente (a imensa maioria empresarial) e 8 instituições de ensino, cada qual com uma cadeira e uma suplência. A PROTUR e o COMTUR de Salto têm participação prevista. Uma proposta de alteração prevê 32 cadeiras no total. São 7 cadeiras e suplência para o poder executivo, considerando diversas secretaria e uma para o legislativo. Uma cadeira para a PROTUR e outra para o Grupo Gestor. Algumas entidades não mais citadas nominalmente, sendo a maioria do total de 12, empresariais ou de representantes de empresários. Fazem parte, ainda, 5 conselhos (meio ambiente, educação, cultura, patrimônio histórico e segurança) e 5 instituições de ensino.

O Grupo Gestor, de certa forma, reproduz essa composição. Prevê um assento para a Secretaria de Turismo, outro para o poder legislativo, abriga o COMTUR e a PROTUR, e segue com representantes de instituições de ensino (sendo o SEBRAE citado nominalmente) e do *trade* turístico. Um lugar é designado para a “sociedade civil” e outro para o conselho municipal de cultura.

O estatuto da PROTUR prevê sete categorias de associados, e as define como “pessoais e intransferíveis”.

As reuniões ordinárias do COMTUR e do Grupo Gestor são mensais; da PROTUR, anual. Os presidentes e outros cargos de todas as instituições são eletivos.

Os objetivos das instituições analisadas são vagos, e as competências, amplas. Há sobreposição de competências entre as três instituições, o que não contribui a eficiência, a eficácia e a efetividade do conjunto. Uma sugestão de melhor articulação está proposta na Parte IV deste trabalho.

Quadro 11 – Atos constitutivos e regulatórios das instituições de Itu

	COMTUR	PROPOSTA DE ALTERAÇÃO COMTUR	GRUPO GESTOR	PROTUR
DEFINIÇÃO	Art. 1º. da Lei n º 1222, de 27/08/2010 [...] órgão de caráter consultivo e deliberativo, e de assessoramento ao Executivo Municipal, na matéria relativa ao desenvolvimento turístico do Município [...].	- Art. 1º. da Lei n º 1222, de 27/08/2010 [...] órgão de caráter consultivo e deliberativo, e de assessoramento ao Executivo Municipal, na matéria relativa ao desenvolvimento turístico do Município [...].	Art. 1º. [...] Instituído pela Portaria Municipal nº 649, de 25/02/2013, é um grupo de trabalho que congrega representantes da esfera pública e instituições representativas dos diversos setores que compõem as atividades turísticas do Município [...]	Art. 1º. [...] entidade civil [...] sem fins lucrativos e extrapartidária, regida nos termos deste Estatuto e da legislação aplicável [...]
OBJETIVO	Art. 1 º [...] para assessoramento ao Executivo Municipal na matéria relativa ao desenvolvimento turístico do Município, visando à coordenação de esforços entre o Poder Público e a Sociedade Civil.	Art. 1 º [...] para assessoramento ao Executivo Municipal na matéria relativa ao desenvolvimento turístico do Município, visando à coordenação de esforços entre o Poder Público e a Sociedade Civil.	Art. 3º. [...] Acompanhar o processo de Gestão do Destino, elegendo prioridades, indicando propostas de ações, projetos e o monitoramento dos resultados obtidos.	Art. 1º. [...]de caráter cultural, cívico, filantrópico e beneficente
REUNIÕES	Art. 3º. § 1º. O Conselho Municipal do Turismo reunir-se-á ordinariamente uma vez por mês, ou extraordinariamente, quando convocado pelo Presidente, ou pelo Secretário Municipal que representa o Executivo Municipal nesse Conselho, com motivo fundamentado e por escrito.	Art. 3º. § 2º - O Conselho Municipal do Turismo reunir-se-á ordinariamente uma vez a cada mês, ou extraordinariamente, quando convocado pelo Presidente, pelo representante do Poder Executivo Municipal nesse Conselho ou por três ou mais conselheiros, com motivo fundamentado e por escrito; § 7º - O Calendário anual de reuniões deverá ser fixado na segunda reunião do ano e ser afixado em local de visibilidade de acessos públicos notórios.	Art. 11º - O grupo Gestor terá reuniões ordinárias e extraordinárias. § 1º. As reuniões ordinárias serão realizadas mensalmente, conforme agenda pré-definida no mês de janeiro de cada ano-calendário de atividades [...] Parágrafo Segundo - As reuniões extraordinárias ocorrerão mediante justificativa apoiada por três membros do Grupo ou mediante a justificativa da Presidência. Parágrafo Terceiro - Toda a convocação ordinária deverá indicar a pauta dos trabalhos e, a de caráter extraordinário, conterà ainda a indicação do motivo de sua realização [...].	Art. 24º - A Assembleia Geral reunir-se-á ordinariamente, uma vez por ano, dentro dos três primeiros meses [...] e também [...] extraordinariamente, para deliberar sobre qualquer matéria de interesse social, declarada no ato de convocação.
NOMEAÇÕES	Art. 2º O [COMTUR] terá seu Presidente e Vice-Presidente eleitos por seus respectivos membros na última reunião de cada ano par. § 2º - O Secretário executivo e o adjunto serão designados pelo presidente eleito. § 5º - As pessoas de reconhecido saber em suas especialidades e que possam contribuir com os interesses turísticos de Itu, poderão participar do Conselho Municipal de Turismo, na qualidade de consultores, desde que convidadas pelo presidente do conselho e aprovado por maioria absoluta dos membros. § 6º - Novas associações ou entidades formadas legalmente, e cujos estatutos definam claramente sua atuação em setores ligados ao turismo no Município, poderão integrar o Conselho Municipal de Turismo, desde que solicitem oficialmente seu ingresso e tenham seu pleito aprovado por maioria absoluta dos membros.	Art. 2º - [eleitos] bianalmente, na primeira reunião de cada ano ímpar, a qual se realizará obrigatoriamente até o dia 31 de janeiro. § 2º - Será permitida apenas uma reeleição do Presidente e Vice, devendo obrigatoriamente haver alternância bienal na Diretoria. § 3º - Os nomes dos candidatos deverão ser apresentados no início da primeira reunião do ano ímpar, sem obrigatoriedade de apresentação de chapa prévia. § 8º - Novas associações, entidades ou segmentos, com representação na cidade de Itu, cujos estatutos/linha de conduta definam claramente sua atuação a setores ligados ao turismo, poderão integrar o Conselho Municipal de Turismo, desde que solicitem oficialmente seu ingresso e tenham seu pedido aprovado por seus membros. § 8º.1. - Nesta hipótese, o Presidente deverá obrigatoriamente colocar em votação a solicitação requerida	Art. 4º, § 1º Serão escolhidos entre os membros do Grupo Gestor dois coordenadores, o Presidente e o Vice-Presidente [...]. § 6 º A Secretaria Executiva do Grupo Gestor será composta por duas instituições voluntárias ao cargo. Art. 6º - Os membros titulares e seus respectivos suplentes serão indicados pelos órgãos e entidades que representam.	Art. 30º. O Conselho Diretor, órgão executivo da Administração da Associação será eleito pela Assembleia Geral, e seus membros deverão ser escolhidos dentre os Associados com mais de 6 (seis) meses de Associação. § 7º. Com exceção dos Associados Fundadores, a admissão dos demais Associados se dará com a aprovação, por maioria simples, do Conselho Diretor.

	COMTUR	PROPOSTA DE ALTERAÇÃO COMTUR	GRUPO GESTOR	PROTUR
	<p>§ 9º - Os representantes das entidades que farão parte do Conselho Municipal de Turismo deverão estar estabelecidos em Itu.</p> <p>Art. 3º § 2º - Será excluído o membro de qualquer entidade representada no Conselho Municipal de Turismo que faltar, sem justificativa, a duas (02) reuniões ordinárias consecutivas, ou a 03 (três) alternadas durante o período de um ano calendário.</p> <p>Art. 3º § 3º - O membro assim excluído será substituído por seu suplente, devendo a entidade representada indicar ao Conselho Municipal de Turismo seu novo representante, seja ele titular ou suplente.</p> <p>Art. 3º § 5º - As entidades deverão estar legalmente constituídas.</p>	<p>na primeira reunião após a solicitação, fazendo constar na pauta de convocação oficial desta, para o conhecimento prévio de seus membros.</p> <p>§ 8º.2. – A aprovação dar-se-á com a maioria absoluta dos membros presentes à reunião.</p> <p>§ 11º - Os representantes das entidades/setores que farão parte do Conselho Municipal de Turismo deverão estar formalmente estabelecidos em Itu. No entanto, a classe de representantes das entidades poderá estar constituída no âmbito municipal, e, subsidiariamente, na sua ausência, em âmbito estadual ou federal, nesta ordem obrigatoriamente.</p> <p>Art. 3º. § 3º - Será excluída a Entidade que faltar, sem apresentar justificativa formal, a seis (06) reuniões ordinárias durante o período de um ano calendário.</p> <p>Art. 3º. § 4º - Será excluído o membro de qualquer entidade/setor representado neste Conselho que faltar, sem apresentar justificativa formal, a três (03) reuniões ordinárias consecutivas, ou a 03 (três) alternadas, durante o período de um ano calendário,</p> <p>Art. 3º. § 6º - O Presidente do Conselho Municipal de Turismo deverá obrigatoriamente enviar notificação formal por carta à entidade informando da sua exclusão ou a de seu membro representativo;</p> <p>Art. 3º. § 5º - No caso do membro excluído, este será substituído automaticamente pelo seu suplente, devendo a entidade notificada indicar seu novo titular ou ratificar a de seu suplente como titular, no prazo máximo de 30 dias;</p>		
COMPETÊNCIAS	<p>Art. 4º. [...] 1 - avaliar, opinar e propor sobre:</p> <p>1.1 - Política Municipal de Turismo;</p> <p>1.2 - Diretrizes Básicas da citada Política;</p> <p>1.3 - Planos anuais que visem o desenvolvimento e a expansão do turismo no Município;</p> <p>1.4 - Instrumentos de estímulo ao desenvolvimento turístico;</p> <p>1.5 - Assuntos atinentes ao turismo que lhe forem submetidos.</p> <p>2 - Ajudar o Executivo Municipal a manter atualizado o cadastro de informações de interesse turístico do Município, orientando sobre sua melhor forma de divulgação.</p> <p>3 - Programar e realizar amplos debates sobre os temas de interesse turístico [...]</p>	<p>Art. 4º. [...] 1 - avaliar, opinar e propor sobre:</p> <p>1.1 - a Política Municipal de Turismo;</p> <p>1.2 - as Diretrizes Básicas para a Política Municipal de Turismo;</p> <p>1.3 - os Planos anuais que visem o desenvolvimento e a expansão do turismo no Município;</p> <p>1.4 - os Instrumentos de estímulo ao desenvolvimento turístico;</p> <p>1.5 - Assuntos atinentes ao turismo que lhe forem submetidos.</p> <p>2 - Auxiliar o Executivo Municipal a manter atualizado o cadastro de informações de interesse turístico do Município, orientando sobre sua melhor forma de divulgação.</p> <p>3- Realizar debates sobre os temas de interesse turístico [...]</p>	<p>Art. 5º. [...] I - Participar ativamente do processo de gestão do destino;</p> <p>II - Analisar detalhadamente as propostas prioritizadas;</p> <p>III - Participar ativamente das reuniões e ações propostas pelo projeto;</p> <p>IV - Buscar as informações necessárias e habilitá-las para a proposição de soluções e/ou incremento da competitividade turística do destino;</p> <p>V - Apoiar a operacionalização logística das ações no destino;</p> <p>VI - Informar ao Ministério do Turismo, aos parceiros e à sociedade sobre os resultados e progressos das ações;</p>	<p>Art. 4º. A Associação tem por finalidade social a colaboração para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • O amplo desenvolvimento do turismo na Cidade de Itu; • A promoção da cultura, defesa, conservação e restauro do Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural e meio ambiente da cidade de Itu • A estruturação, implantação e acompanhamento de programas voltados à

COMTUR	PROPOSTA DE ALTERAÇÃO COMTUR	GRUPO GESTOR	PROTUR
<p>4 - Manter intercâmbio com as diversas entidades de turismo, oficiais ou privadas, do Município ou não, visando um maior aproveitamento do potencial turístico local.</p> <p>5 - Propor ao Executivo Municipal resoluções, atos ou instruções regulamentares necessárias ao pleno exercício de suas funções, bem como modificações ou supressão de exigências administrativas ou regulamentos que dificultem as atividades de turismo em seus diversos segmentos.</p> <p>6 - Propor ao Executivo Municipal programas e projetos para incrementar o fluxo de turistas e aperfeiçoar o atendimento aos mesmos.</p> <p>7 - Propor aos órgãos municipais e à iniciativa privada, diretrizes que concorram para a melhoria da infraestrutura local com a consequente consolidação do turismo em todos os seus segmentos.</p> <p>8 - Promover e divulgar as atividades ligadas ao turismo e apoiar o Executivo Municipal na realização de feiras, congressos, seminários e outros eventos similares de relevância.</p> <p>9 - Propor formas de captação de recursos para o desenvolvimento do turismo no Município;</p> <p>[...]</p> <p>11 - Formar Grupos de Trabalho para desenvolver estudos de assuntos específicos [...]</p> <p>12 - Propor medidas ou atos regulamentares referentes à realização e exploração de Serviços Turísticos no Município;</p> <p>13 - Propor e participar da celebração de convênios com outros Municípios, Estados ou União [...];</p> <p>14 - Indicar, quando solicitado, representantes para integrarem delegações do Município a eventos, congressos, convenções, reuniões ou acontecimentos que interessem à Política Municipal de Turismo;</p> <p>15- Ajudar a elaborar o Calendário Turístico;</p> <p>16 - Ajudar a monitorar o crescimento do turismo no Município, propondo medidas adequadas a um melhor atendimento turístico;</p> <p>17 - Analisar reclamações e sugestões encaminhadas por turistas e propor medidas pertinentes à melhoria da prestação dos serviços turísticos locais;</p> <p>[...]</p>	<p>4 - Manter intercâmbio com as diversas entidades turísticas, oficiais ou privadas, do Município ou não, visando um maior aproveitamento do potencial local-regional.</p> <p>5 - Propor ao Executivo Municipal resoluções, atos ou normativas necessários ao exercício da atividade turística, bem como sugerir modificação ou supressão de exigências administrativas que dificultem a atividade em seus diversos segmentos.</p> <p>6 - Propor ao Executivo Municipal programas e projetos para incremento do fluxo de turistas e aperfeiçoar o seu atendimento.</p> <p>7 - Indicar aos demais órgãos municipais e à iniciativa privada, orientações que concorram para a melhoria da infraestrutura local visando a consolidação do turismo em todos os seus segmentos.</p> <p>8 - Divulgar as atividades correlatas ao fomento turístico, apoiando o Executivo Municipal na realização de feiras, congressos, seminários e outros eventos similares.</p> <p>9 - Propor formas de captação de recursos para o desenvolvimento do turismo no Município;</p> <p>[...]</p> <p>11 - Formar Grupos de Trabalho específicos para estudos de assuntos relevantes, com prazos para conclusão dos trabalhos e apresentação de relatório conclusivo;</p> <p>12 - Propor ao Executivo diretrizes gerais à realização e exploração de Serviços Turísticos no Município;</p> <p>13 - Propor a celebração de convênios com outros Municípios, Estados ou União [...];</p> <p>14 - Indicar, quando solicitado, representante para integrar delegação do Município a eventos, congressos, convenções, reuniões ou acontecimentos de interesse à Política Municipal de Turismo;</p> <p>15 - Auxiliar na elaboração e propor ajustes ao Calendário Turístico do Município;</p> <p>16 - Auxiliar no monitoramento turístico do Município, propondo medidas adequadas à sua proficiência e ao seu desenvolvimento;</p> <p>17 - Analisar reclamações e sugestões encaminhadas por turistas e propor medidas pertinentes à melhoria da prestação dos serviços turísticos locais;</p> <p>[...]</p> <p>20 - Indicar, dentre seus membros, [representantes] para o Conselho Regional de Turismo Paulista.</p>	<p>VII - Articular parcerias para a realização das ações propostas para o destino;</p> <p>VIII - Observar a política Nacional do Turismo, voltada ao planejamento e ordenamento do setor, por meio de suas diretrizes, metas e programas, definidos no Plano Nacional de Turismo - PNT;</p> <p>IX - Promover o debate em torno das questões turísticas regionais, de forma a incentivar a comunicação e a governança democrática;</p> <p>X - Manter o Conselho Municipal de Turismo e a Prefeitura Municipal de Itu informado sobre as ações empreendidas pelo Grupo;</p> <p>XI - Propor o desenvolvimento do turismo de forma estruturada, contínua e plural, buscando a superação sobre questões político-partidárias;</p> <p>XII - Monitorar o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo - PDT- do destino de forma efetiva, buscando a melhoria dos índices de competitividade da atividade turística como um todo;</p> <p>XIII - Apoiar o desenvolvimento dos demais municípios que integram a governança regional.</p>	<p>integração do município às atividades relacionadas com a divulgação da Cidade, seus pontos turísticos e seus eventos;</p> <ul style="list-style-type: none"> • O assessoramento e apoio a empreendimentos na área de turismo; • Apoiar medidas e iniciativas para melhoria da infraestrutura urbana e rural de Itu; • Incentivo às pesquisas e produção de publicações vinculadas a área de turismo; <p>O apoio, coordenação ou promoção de eventos turísticos, culturais e educacionais na Cidade de Itu.</p>

Fonte: Lei municipal 1222; proposta de alteração do COMTUR; Regimento Interno do Grupo Gestor; Estatuto da PROTUR (documentos fornecidos pela PROTUR).

5.4 BENCHMARKING: COMPETÊNCIAS INSTITUCIONAIS RECOMENDÁVEIS

As competências desejáveis do sistema de turismo devem ser definidas a partir de uma análise conjunta dos seguintes itens: objetivos do desenvolvimento turístico; boas práticas de destinos de sucesso; e história e identidade das instituições envolvidas frente ao contexto sociopolítico.

Diferentes objetivos de desenvolvimento turístico envolvem diferentes competências.

Exemplos de objetivos legítimos podem ser desde a atração de investimentos estrangeiros – na construção de grandes empreendimentos de hospedagem, por exemplo – até o aumento de opções de lazer para a população local. Ou ambos. Há também casos de necessidade de retração da quantidade de turistas recebidos, por motivos variados.

Turismo para aumentar a arrecadação tributária municipal é uma coisa completamente diferente de turismo para elevar a autoestima da população ansiosa por dar a conhecer sua cultura. Turismo para sustentar o desenvolvimento de negócios é diferente de turismo para gerar empregos. Os objetivos nem sempre são complementares, o investimento público necessário em estruturação e promoção turística nem sempre se paga, as ações necessárias são distintas. [As competências dos órgãos promotores e organizadores do turismo também].

O processo de elaboração do planejamento também deve estar alinhado com as intenções que regem o desenvolvimento turístico. Um objetivo de gerar emprego e renda para determinados setores da sociedade receptora – geográficos, socioeconômicos ou outros – requer a discussão com esses setores. Apesar de parecer óbvio, são muitos os casos em que um dito planejamento participativo é discutido apenas com o *trade* turístico, sendo pouco ouvidos outros supostos interessados.

As opções e diretrizes estratégicas e, conseqüentemente, as escolhas táticas resultantes, são diretamente dependentes dos objetivos formalizados (GUERRA, 2014).

Assim, é salutar considerar os objetivos de desenvolvimento do turismo para que sirvam como marco na definição do que o destino quer ser e para que se projete um modelo de gestão a ser alcançado.

As boas práticas de destinos de sucesso são outro parâmetro de inspiração para propostas de melhorias no sistema de gestão pública do turismo. Deve considerar alguns elementos fundamentais, sem perder de vista que o posicionamento de uma instituição depende muito da realidade local e da importância que se dá ao turismo em termos políticos. Afinal, a estruturação do sistema de turismo também depende especificamente das necessidades locais. A existência, por exemplo, de uma pasta exclusiva para turismo – independente de esportes, cultura, ou comércio e indústria, junto com as quais é comum estar alocada – dá uma medida da importância que um município ou estado confere à atividade. O mesmo ocorre no que diz respeito à definição do conteúdo das políticas públicas em si. Dessa forma, estudos baseados em *benchmarking* devem ser feitos com a necessária cautela, sem perder de vista o contexto e as características específicas da localidade onde o trabalho está sendo realizado. É aí que reside a importância de especialistas capazes de avaliar elementos tangíveis e intangíveis para a aplicação de uma proposta com adaptações locais.

Nesse sentido, a proposta de *benchmarking* seleciona destinos pareados com aspectos da proposta de Itu, considerando as boas práticas como diretrizes e referências que deverão estar alinhadas com as possibilidades efetivas de desenvolvimento, dados os cenários futuros do ponto de vista sociopolítico, institucional e econômico. Os critérios considerados para a seleção dos destinos foram:

- competitividade do destino;
- estrutura de governança ágil, focada na descentralização e que envolva a integração entre os setores público, privado e a sociedade civil organizada;
- estrutura composta por administração direta e indireta;
- processos eficientes e eficazes de comunicação e marketing;
- fluxos turísticos representativos;
- oferta turística qualificada e bem estruturada;
- participação do setor privado na exploração de serviços e produtos turísticos;
- turismo assentado no desenvolvimento de produtos sustentáveis, diversificados, que se apropriam de ambientes frágeis, da produção cultural distinta e de grande simbolismo.

5.4.1 Socorro

O município de Socorro é considerado um sucesso na gestão do turismo, servindo como *case* em vários eventos³¹. A reputação conquistada como referência está ligada a bons resultados obtidos em projetos e procedimentos adotados pelo COMTUR local.

As boas práticas e, em especial, o respeito que o COMTUR conquistou por parte de outras instituições de turismo, são resultado de decisões e ações desenvolvidas em parceria com o poder público. Credita-se ao COMTUR o esforço para o tombamento de 150 casarões históricos ameaçados, a roteirização da cidade, desenvolvendo caminhos turísticos, e até mesmo a escolha da arquitetura de um novo portal da cidade.

Um dos pontos que contribuem para o sucesso na gestão do turismo de Socorro é a existência do Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR), administrado pelo COMTUR, que permite investimentos direcionados ao desenvolvimento do turismo na região, de acordo com o artigo 5º da lei 3.391 de 18 de agosto de 2010 (ESTÂNCIA DE SOCORRO, 2010). Os principais pontos são mostrados no Quadro 12.

³¹ No I Fórum de Turismo realizado em Holambra em 17/10/2014, por exemplo, José Fernandes Franco, empresário do ramo hoteleiro, vice-presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis e ex-presidente do COMTUR proferiu palestra sobre os avanços do turismo na cidade de Socorro nos últimos 20 anos (CÂMARA HOLAMBRA, 2014).

Quadro 12 – Regulamentação do FUMTUR**Art. 5º - Constituição receita do FUNDO MUNICIPAL DE TURISMO**

Inciso	<p>I- Todo resultado positivo apurado através de cessão de espaços públicos para eventos de cunho turístico;</p> <p>II- A venda de publicações turísticas editadas pelo Poder Público;</p> <p>III- A participação na renda de filmes e vídeos de propaganda de eventos turísticos do município;</p> <p>IV- Créditos orçamentários ou especiais que lhe sejam destinados;</p> <p>V- Doações de pessoas físicas ou jurídicas, públicas ou privadas, nacionais e internacionais;</p> <p>VI- Contribuições de qualquer natureza sejam públicas ou privadas;</p> <p>VII- Recursos de convênios que sejam celebrados;</p> <p>VIII- Os rendimentos provenientes da aplicação financeira de recursos disponíveis;</p> <p>IX- Outras rendas eventuais.</p>
§ 1º	<p>- O Orçamento do Departamento Municipal de Turismo deverá prever recursos anuais para o Fundo Municipal de Turismo.</p>
§ 2º	<p>Os recursos do Fundo Municipal de Turismo serão utilizados:</p> <p>a) No financiamento total ou parcial de programas, projetos e serviços turísticos desenvolvidos pelo Departamento Municipal de Turismo, desde que aprovado com antecedência pelo COMTUR;</p> <p>b) Na aquisição de materiais, permanentes e de consumo, além de outros insumos necessários ao desenvolvimento de programas, projetos e serviços turísticos, tais como: folders, cartões postais, mapas, cartazes promocionais, fotografias, filmagens, etc.</p> <p>c) Na construção, reforma, ampliação, aquisição ou locação de imóveis para prestação de eventos turísticos;</p> <p>d) No desenvolvimento e aperfeiçoamento dos instrumentos de gestão, planejamento, administração e controle das ações turísticas;</p> <p>e) Na participação de cursos, palestras e seminários em geral;</p> <p>f) No desenvolvimento de programas de capacitação e aperfeiçoamento de recursos humanos na área de turismo;</p> <p>g) Na locação de espaços promocionais, divulgação na imprensa em geral e computação.</p>

Fonte: Estância de Socorro, 2010.

Com a maior parte dos atrativos na área rural, Socorro conseguiu

alavancar a imagem da cidade aos noticiários de forma positiva: a completa acessibilidade, seja em calçadas, prédios, instalações e mesmo atividades de aventura. Com o desenvolvimento de equipamentos e procedimentos específicos, pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida podem praticar esportes como rafting, tirolesa, canoagem, cavalgadas, entre outros (CÂMARA HOLAMBRA, 2014).

As conquistas são creditadas ao COMTUR da cidade. Com formato deliberativo, o poder executivo deve consultar o órgão em assuntos relativos ao turismo.

Os candidatos a prefeito de Socorro assinam um termo registrado em cartório comprometendo-se a, caso eleitos, dar continuidade às ações do COMTUR, o que preserva os projetos independentemente dos eleitos (CÂMARA HOLAMBRA, 2014).

O COMTUR de Socorro tem parcerias com a Associação Comercial e Empresarial do município há 15 anos, e também com instituições estaduais e federais, como a Associação Brasileira de Turismo Rural (Abraturr) e a Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (Abeta).

A Associação Comercial e Empresarial de Socorro foi considerada um “caso” de sucesso no 4º Seminário de Consultores do Empreender na Praia do Rosa-

Imbitubaque - Santa Catarina, relatando como o Programa Empreender aplicado em Socorro contribuiu com o desenvolvimento do turismo local através da formação e organização de núcleos setoriais.

Hoje a ACE/Socorro conta com quatro núcleos setoriais ligados ao turismo, atendendo às necessidades dos empresários de meios de hospedagem, turismo rural, turismo aventura e gastronomia. Estes, com empresários engajados e envolvidos nas ações coletivas de desenvolvimento de seus segmentos, bem como do destino Socorro.

Partindo então desta união e do associativismo praticado pelos empresários nos núcleos setoriais, coordenados por Elizandra Bueno, colaboradora da ACE/Socorro, a cidade, em parceria com o COMTUR e a Prefeitura Municipal, vem colhendo bons frutos e também, no mundo das Associações Comerciais sendo referência de boas práticas (ACE SOCORRO, 2015).

Com exceção da existência do FUMTUR, a análise do Regimento Interno do COMTUR de Socorro não revelou outros dispositivos que expliquem a eficiência da entidade. Tampouco foram encontradas relações causais em artigos científicos que se debruçaram sobre o tema (por exemplo, ARAÚJO, 2010), tendo caráter mais descritivo de resultados alcançados. Desse modo, a lição a ser aprendida é que lideranças devem ser apoiadas, incentivadas e estimuladas, e a história e a tradição criada pelo órgão são o que inspira a continuidade do trabalho.

5.4.2 Brotas

Em uma época em que o desemprego na cidade era muito grande e os munícipes acreditavam que trabalho era apenas em indústrias, o prefeito do município, Du Barreto, começou a pensar em maneiras de movimentar o mercado de trabalho.

Não adiantavam apenas as nossas belezas naturais; era importante seguirmos um planejamento para atrairmos os turistas (Barreto apud SECTUR BROTAS, 2013).

O sucesso no projeto é creditado à percepção de que a participação da comunidade era importante no processo, visualizando a necessidade de conversar, explicar e demonstrar para os munícipes os benefícios de desenvolver o turismo no local. A visão aprimorada de desenvolvimento sustentável e a parceria público-privada com todos os setores da sociedade envolvidos também são mencionados.

Um código de proteção ambiental e de segurança aos desportistas foi criado por empresários no ano de 2000, considerando a força do turismo de aventura.

Palestras são feitas sobre o caso de sucesso de Brotas (por exemplo, MATO GROSSO, 2006). É perceptível a relevância que se dá à divulgação do turismo, sempre feita em feiras de modo participativo, colocando as pessoas em contato com a experiência do turismo sem necessariamente estarem presentes na cidade.

O município de Brotas contempla um enorme potencial para o ecoturismo, turismo de aventura e rural. Por essa razão, Brotas é considerada, atualmente, referência internacional (SECTUR BROTAS, 2013). No âmbito nacional, inspirou, em 2004, em função da criação de uma lei municipal específica de turismo de aventura e natureza, a normatização do turismo de aventura, realizada pelo MTUR e pela Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA). Em 2008 conquistou o certificado estadual do programa Município Verde e Azul (SMA, 2011).

Foi em 1993 que o turismo de Brotas teve um impulso, quando houve a inclusão do município no Núcleo das Serras pela Secretaria Estadual de Turismo e a elaboração do primeiro Projeto Ecoturístico de Brotas pela prefeitura. No ano seguinte, o poder executivo municipal criou o COMTUR com a lei 1.627/94 (PDT BROTAS, 2014).

Atualmente, o COMTUR de Brotas é coordenado por Alexandre Laranjeira (SECTUR BROTAS, 2012), que também é vice-presidente da Associação das Empresas de Turismo de Brotas e Região (Abrotur). O papel duplo exercido pode ser uma explicação para alguma sinergia existente entre as duas instituições, embora isso possa implicar em, teoricamente, algum tipo de conflito de interesses.

Historicamente, a maior força institucional para o desenvolvimento sustentável do turismo sempre residiu na Abrotur, que articula os empresários, sendo atualmente 43 associados de Brotas, um da cidade vizinha de São Pedro e 23 benfeitores que trabalham a favor do turismo na cidade. A Abrotur tem como principal objetivo fortalecer o destino turístico, através da harmonização das exigências ambientais, econômicas e sociais do mundo atual (ABROTUR, 2015).

No Plano Diretor de Turismo de Brotas 2014-2020 (Plano..., 2014, p. 138), o programa de “Fortalecimento da relação entre setores público e privado” indica duas ações que chamam a atenção e revelam que, em certa medida, o sucesso do turismo no município não é resultante de uma articulação institucional excepcional. A primeira diz respeito à necessidade de “definir as competências do COMTUR”, de onde se deduz que não eram, à época de confecção do plano, perfeitamente adequadas. A outra menciona a necessidade de reativar o Fundo municipal de turismo (FUMTUR), fundo responsável pelos recursos para investir em turismo sem o qual a efetiva realização de ações de desenvolvimento se torna muito dificultada.

Assim, do mesmo modo como ocorre em Socorro, o que se percebe é que, embora as cidades sejam exemplos reconhecidos pelo mercado e pela academia de grande desenvolvimento turístico em período relativamente curto, não é o desenho institucional o fator causal.

Recomendações para as instituições de turismo de Itu são feitas na Parte IV deste trabalho.

6 EIXO 6: PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA

Diversos municípios paulistas estão atentos aos benefícios provocados pela atividade turística e investem na qualificação da oferta de serviços e na promoção do destino ao mercado consumidor. Portanto, a concorrência entre destinos turísticos está cada vez mais acirrada.

É fundamental que Itu direcione recursos para promover e divulgar sua oferta turística ao público-alvo adequado, no que se refere ao perfil socioeconômico do potencial turista, como já havia sido identificado no PDT 2009. Essas ações estão previstas pelo Plano de Governo de Itu.

Dessa forma, o objetivo deste eixo estratégico é propor diretrizes para a promoção e divulgação dos principais atrativos turísticos de Itu, tendo como base os segmentos turísticos prioritários e o público-alvo a ser atingido, identificado na etapa inicial deste trabalho.

Especificamente, busca-se definir posicionamento de mercado para divulgação do destino nos principais centros emissores, dar indicações de aprimoramento do conteúdo do aplicativo Itu na Copa, desenvolvido para *smartphones* e *tablets* para a Copa do Mundo, e fazer recomendações de atualização e incremento de informações disponibilizadas no *site* oficial de Itu, de acordo com o discutido durante reunião com a Secretaria de Turismo, Lazer e Eventos. A forma de aproveitar a imagem de exagero associada a Itu será motivo de especial consideração.

O PDT 2009, por meio da pesquisa de demanda realizada com 259 turistas, traçou o perfil geral do visitante, identificando algumas das características e percepções dos turistas que já visitam Itu. Neste trabalho, julga-se fundamental, para definição de estratégias promocionais, investigar as características da demanda potencial e os motivos pelos quais ela não viaja a Itu.

Os itens a seguir descrevem a metodologia para o desenvolvimento deste eixo, as informações relevantes levantadas e os projetos elaborados.

6.1 METODOLOGIA

Para atingir os objetivos propostos, foram seguidos os procedimentos abaixo:

- realização de pesquisa de demanda potencial em São Paulo, Campinas e Sorocaba³², por meio de entrevistas aprofundadas, visando entender as motivações e objeções de visita a Itu e os atributos principais que destinos turísticos concorrentes oferecem³³;
- análise dos dados coletados de pesquisa da demanda potencial;
- discussão da promoção e divulgação em oficina participativa;
- *briefing* de posicionamento de mercado e aspectos mercadológicos relevantes, que deverão ser contemplados nas campanhas e peças promocionais, tais como mapas, folhetos, guias etc.;

³² As cidades foram determinadas pelo contratante.

³³ A técnica de escolha de entrevistados foi de *snowball*, iniciando com pessoas que viajam para destinos do estado de São Paulo com regularidade. Entrevistas foram feitas até o ponto em que as respostas não acrescentavam mais conhecimento sobre a questão, repetindo-se.

- orientações para aprimoramento do aplicativo Itu na Copa, com atualização e incremento das informações turísticas;
- atualização e seleção de informações relevantes para serem disponibilizadas no *site* oficial de Itu.

6.2 DEMANDA POTENCIAL

Este item apresenta, em primeiro lugar, aspectos gerais da pesquisa qualitativa realizada. Em seguida, apresenta os principais pontos analisados.

6.2.1 Aspectos gerais

A pesquisa de demanda turística realizada em 2009 para elaboração do PDT Itu (ÁGERE, 2009) traçou o perfil do turista que visita Itu e seus hábitos de viagens. A aplicação da pesquisa quantitativa ocorreu de 20 de janeiro a 8 de fevereiro de 2009 e seus principais resultados foram: grande parte dos respondentes era casada (62%) com filhos (58%). Os visitantes eram, na maioria, procedentes de São Paulo (63%), seguida de longe por turistas provenientes de Sorocaba (13%), Salto (10%), Campinas (9%) e Jundiaí (5%).

Neste trabalho, a pesquisa de demanda visou identificar elementos para subsidiar planos promocionais e estratégias mercadológicas para o município. Foram realizadas entrevistas aprofundadas com potenciais turistas que vivem nos principais destinos emissores: São Paulo, Campinas e Sorocaba. Foram selecionados para entrevista potenciais visitantes com renda disponível e hábito de viajar nos finais de semana, férias e feriados pelo estado de São Paulo, com carro próprio, que normalmente se alojam em meios de hospedagem³⁴. Vale observar que tentou-se evitar contatar profissionais relacionados com a atividade turística, em função de viés indesejado por causa de maior grau de conhecimento sobre os destinos turísticos.

As entrevistas foram conduzidas pessoalmente, por telefone e por Skype no período de 22 de janeiro a 15 de março de 2015 e duraram em média 40 minutos cada. O objetivo era identificar como o potencial turista define o destino de férias, feriados e fins de semana, ou seja, detectar os pontos críticos para decisão (por exemplo, localização, clima, facilidade de acesso, indicação, moda/ *status*, oferta de atrativos, gastronomia, preços). Além disso, buscou-se compreender a imagem que o turista tem da cidade e mapear os principais destinos concorrentes. Foram apresentadas imagens de atrações de Itu, correspondentes a atrativos de diferentes segmentos (cultural, rural ecológico, religioso, gastronômico e elementos relacionados ao exagero), considerados os mais expressivos para o destino e contemplados no Guia de Turismo da Estância Turística de Itu (GUIA DE TURISMO DE ITU, 2015). Assim, o roteiro de entrevista aberta (Apêndice E) tinha a intenção de investigar porque Itu faz ou deixa de fazer parte do rol de escolha dos destinos desses viajantes.

Dos 20 entrevistados, 13 já conheciam Itu em viagens de lazer ou trabalho. Todos os demais já tinham ouvido falar da cidade.

Em geral, os entrevistados viajam de três a quatro vezes por ano, com carro próprio, acompanhados de familiares e usufruem dos restaurantes e hotéis da cidade. Destinos mencionados foram:

- Águas de Lindóia (Entrevistados 2, 7 e 10);

³⁴ Exclui, portanto, residências secundárias em condomínios ou outras, visitas a parentes etc.

- Águas de São Pedro (Entrevistado 10);
- Amparo (Entrevistado 9);
- Araçoiaba (Entrevistado 1);
- Atibaia (Entrevistados 6, 7 e 19);
- Avaré (Entrevistado 11);
- Batatais (Entrevistado 17);
- Boituva (Entrevistado 12);
- Bragança Paulista (Entrevistado 6);
- Brotas (Entrevistado 3);
- Campinas (Entrevistados 13, 14 e 15);
- Campos de Jordão (Entrevistados 2, 4, 5, 8, 10, 11, 16 e 18);
- Gonçalves (Entrevistado 6);
- Guarujá (Entrevistados 5, 8 e 18);
- Holambra (Entrevistado 5);
- Ibiúna (Entrevistados 4 e 13);
- Ilhabela (Entrevistados 14 e 20);
- Itatiaia (Entrevistado 10);
- Itu (Entrevistados 1, 5 e 14);
- Jacarezinho (PR) (Entrevistado 11);
- Jacutinga (Entrevistado 16);
- Jaú (Entrevistado 15);
- Jaqueí (Entrevistados 13, 15, 16 e 20);
- Lins (Entrevistado 11);
- Litoral (Entrevistado 19);
- Litoral norte (Entrevistado 17);
- Mongaguá (Entrevistado 12);
- Monte Alegre do Sul (Entrevistados 2, 3 e 9);
- Monte Verde (MG) (Entrevistados 2, 5, 6, 10 e 11);
- Olímpia (Entrevistado 6);
- Pedreira (Entrevistado 16);
- Piedade (Entrevistado 1);
- Piracicaba (Entrevistados 4, 8 e 10);
- Poços de Caldas (Entrevistado 3);
- Ribeirão Preto (Entrevistados 14, 17 e 18);
- Santa Maria da Serra (Entrevistado 5);
- Santo Antônio do Pinhal (Entrevistado 4 e 15);
- Santos (Entrevistados 3, 6, 8 e 14);

- São Carlos (Entrevistados 9 e 20);
- São Francisco Xavier (Entrevistados 6 e 15);
- São Lourenço (Entrevistado 11);
- São Pedro (Entrevistados 5, 7, 10, 13, e 16);
- São Roque (Entrevistados 1, 9 e 19);
- São Sebastião (Entrevistado 7);
- Serra Negra (Entrevistados 4, 7, 8 e 9);
- Socorro (Entrevistados 9 e 12);
- Sousas (Entrevistado 20);
- Ubatuba (Entrevistados 2, 4 e 13);
- Valinhos (Entrevistado 12).

Diferentes origens (São Paulo, Campinas e Sorocaba) não evidenciaram nenhum tipo de alteração nas respostas oferecidas à entrevista; a diferença se deu de acordo com o estilo de viajar e, em especial, com o tipo de acompanhante de viagem (amigos, família sem crianças, família com crianças e idade etc.). O Quadro 13 apresenta os principais aspectos levantados.

Quadro 13 – Entrevistas qualitativas de demanda, principais aspectos

Nome e procedência	Hábitos de viagem	Fator de maior influência na decisão do destino	Segmentos preferidos								Gostaria de conhecer ou voltar a Itu?	
			R	Ex	Av	Ar	Ec	C	G	P		
1. Homem, 45 anos, administrador, casado, com filho	Viaja com amigos e família, geralmente para passar o dia (sem pernoite).	Gastronomia: sempre define o restaurante onde vai almoçar e depois os passeios. Localização: cidade próxima.		x	x			x		x		Tem vontade de conhecer o Parque do Varvito, o <i>tour</i> da Brasil Kirin, a Praça dos Exageros e de ter uma vivência rural.
2. Mulher, 43 anos, economista, casada, com filhos	Viaja com família sempre para hotéis e <i>resorts</i> com boa infraestrutura.	Hotel: escolhem o hotel, com infraestrutura para crianças, e não o destino/ atrativos. Localização: até 2h30 de viagem.	x	x	x			x	x			Tem vontade de voltar se for para se hospedar em hotel com infraestrutura para crianças.
3. Mulher, 45 anos, empresária, casada, com filhos	Viaja com marido e filhas e não se importam de ficar em hotéis simples.	Lazer: lugares novos, com atividades (esporte e aventura) interessantes. Custo: custo-benefício interessante. Guias de turismo: gostam de usar os serviços.	x	x	x			x				Já visitou Itu algumas vezes, mas imagina que só tem a Praça dos Exageros e <i>campings</i> .
4. Mulher, 49 anos, nutricionista, solteira sem filhos	Viaja com amigos ou com a família (com pernoite).	Lazer: diversão, atrativos, cultura. Localização: sem pegar trânsito.	x	x	x			x	x			Tem vontade de voltar, mas nunca planejou porque não sabe o que tem para fazer na cidade. Não tem informações.
5. Mulher, 28 anos, administradora, casada, sem filhos	Viaja com marido (com pernoite) e para passar o dia.	Atrativos: que despertam interesse. Clima: no inverno, busca clima de montanha.	x	x	x	x		x	x	x		Quer voltar, pois não conseguiu almoçar no Bar do Alemão. Não conseguiu mapa, informações, guia.
6. Homem, 51 anos, gerente executivo, casado, com filhos	Viaja com família e grupos de amigos para hotéis com conforto.	Hotel: com infraestrutura adequada para crianças (piscina, lazer, cozinha do bebê, etc.).	x	x	x			x	x	x		Voltaria para Itu se soubesse de hotel com boa infraestrutura. Vê Itu como destino de um dia. Não sabia de atrativos rurais e de aventura.
7. Mulher, 48 anos, empresária, casada com filho	Viaja com família, normalmente (com pernoite).	Localização: até 2 horas de viagem a partir de SP). Lazer: oferta de atividades e passeios.	x	x	x			x	x	x		Conhece Itu (Bar do Alemão e Centro Histórico). Nunca pensou em visitar Itu porque não tem informação do que há para fazer.
8. Mulher, 43 anos, administradora, casada com filhos	Viaja com a família, de carro, com e sem pernoite.	Natureza: pode ser praia ou montanha. Restaurantes: importantes, prefere gastar com restaurantes do que com hotel. Localização: importante para viagens sem pernoite.	x						x	x		Não conhece Itu, mas tem informação (guia de Itu). Só visitaria a cidade se estivesse passando por lá, não programaria viagem para Itu.

Nome e procedência	Hábitos de viagem	Fator de maior influência na decisão do destino	Segmentos preferidos								Gostaria de conhecer ou voltar a Itu?	
			R	Ex	Av	Ar	Ec	C	G	P		
9. Homem, 60 anos, dentista, casado com filhos	Viaja de moto com o marido e grupo de motociclistas (com pernoite).	Amigos: Decide o destino para encontrar os amigos, que eventualmente moram na cidade, ou que se reúnem em determinado hotel.		x							x	Conhece apenas restaurante que fica fora da cidade. Visitaria Itu se o grupo organizasse encontro lá.
10. Mulher, 48 anos, empresária, casada com filhos	Viaja com a família (com pernoite).	Hotel: Decide o destino em função do hotel, atendimento diferenciado, conforto e tranquilidade. Atrativos: Depois vê o que a cidade oferece em termos de passeios e atrativos.		x	x			x	x	x		Visitou quando era criança e não se lembra. Não tem intenção de visitar a cidade.
11. Mulher, 43 anos, acupunturista, casada com filhos	Viaja com família (marido e filhas) com pernoite.	Hotel: Escolhe hotel com boa relação custo-benefício (atividades para toda família). Repetem a viagem quando gostam do hotel.	x	x	x			x	x			Já foi várias vezes a Itu. Gosta da cidade, mas acha muito caro (hospedagem e passeios). Voltaria se o custo fosse menor.
12. Homem, 49 anos, advogado, casado com filho	Viaja com família com pernoite e se hospedam em hotel ou casa de amigos e parentes.	Atrativos e hotel: lugar para conhecer, parte turística ou hospedagem boa. Localização: não pode ser muito longe.	x	x	x			x	x	x		Conhece, gosta e tem vontade de voltar.
13. Mulher, advogada, solteira, sem filhos	Viaja sozinha ou com amigos (com pernoite).	Natureza: Contato com a natureza. Segurança: viaja sozinha.	x	x				x	x	x		Conhecia Itu de criança e voltou há três anos. O que mais a surpreendeu foi a parte cultural preservada. Voltaria.
14. Mulher, 43 anos, publicitária, solteira, sem filhos	Viaja normalmente com amigos e aprecia (com pernoite)	Hotel: com bons serviços/ infraestrutura, de preferência que não hospede crianças. Ambiente: tranquilidade. Localização: acesso fácil (até 200 km no máximo). Custo: preço justo (boa relação custo/ benefício).	x	x				x	x			Voltaria se tivesse proposta interessante, com bom custo/ benefício, hotel com estrutura bacana, paisagem e natureza.
15. Mulher, 48 anos, psicóloga, solteira, sem filhos	Viaja com amigos, colegas de trabalho e grupos terapêuticos. (com pernoite).	Natureza: preferencialmente praia ou cachoeira. Não faz questão de muito conforto.	x	x				x	x	x		Tem vontade de conhecer a cidade para passar o dia e visitar o Centro Histórico.
16. Homem, economista, casado com filhos	Viaja com família e opta por hotéis com infraestrutura e serviços bons.	Hotel: infraestrutura (piscina, sauna, esporte). Localização: até 200 km para viagens de carro.	x	x	x			x	x	x	x	Iria a Itu se soubesse o que há para fazer.
17. Mulher, 42 anos, executiva, casada com filhos	Viaja com marido e filhos para se hospedar com conforto e visita a cidade.	Hotel: com conforto e boa gastronomia.	x	x	x			x	x	x	x	Iria para Itu para ficar na Capoaiva e estando lá passaria uma tarde na cidade. Tem imagem de cidade tranquila, bucólica, para descanso.

Nome e procedência	Hábitos de viagem	Fator de maior influência na decisão do destino	Segmentos preferidos								Gostaria de conhecer ou voltar a Itu?
			R	Ex	Av	Ar	Ec	C	G	P	
18. Mulher, 43 anos, empresária, solteira, sem filhos	Viaja com namorado e amigos (com pernoite).	Lazer: Para passar fim de semana e feriado e sair da loucura de SP. Hotel: tem que ser confortável e sem barulho de criança.	x		x		x	x	x		Conhece Itu e acha tranquila e simpática. Voltaria se tivesse proposta de valor: locais interessantes que valessem a pena sair de SP (lojas típicas, boa gastronomia e hotel charmoso para se hospedar).
19. Mulher, 32 anos, casada, empresária, sem filhos	Viaja com marido e outros casais e são viagens econômicas (com e sem pernoite).	Lazer: Geralmente busca destinos de praia ou que ofereçam atividades interessantes de lazer.	x	x	x		x	x	x		Tem vontade de conhecer Itu pela fama de "tudo grande" e por ser destino tranquilo de interior.
20. Mulher, 37 anos, advogada, solteira, sem filhos	Viaja com amigos, em turma (com pernoite).	Atrativos: disponíveis para conhecer. Companhia: companhia para viajar.	x	x				x	x		Conhece Itu, voltaria se tivesse informações sobre o que visitar e onde comer.

Legenda: R – rural; Ex – exagero; Av – aventura; Ar – artesanato; Ec – ecológico; C – cultural; G – gastronômico; P – pesca.

O item a seguir analisa os dados levantados.

6.2.2 Análise e interpretação dos dados

De uma forma geral, a pesquisa constata que a composição do grupo de viagem, influenciada pela faixa etária dos turistas, é o principal elemento decisório para a escolha do destino: casais com filhos pequenos priorizam a infraestrutura do hotel e não o destino; casais com filhos entre 10 e 16 anos buscam atividades, passeios, aventura e contato com a natureza; casais mais maduros viajam em companhia de amigos e buscam conforto.

Para viagens de feriados ou fins de semana, objeto da pesquisa, os entrevistados buscam destinos em um raio de até 200 km da origem, ou com no máximo 2h30 de percurso de carro.

Os entrevistados informaram que não sabiam que havia tantas coisas para fazer em Itu, não reconhecendo as fotos; muitos afirmaram que já teriam programado uma viagem a Itu se soubessem da oferta de atividades e passeios. Fica evidente, portanto, a falta de divulgação do destino, demonstrando a necessidade de melhor comunicação com o mercado. A falta de informação é clara em vários depoimentos:

Eu não conheço e às vezes eu acho que nem minha cunhada, que é de lá, sabe que tem essas coisas e às vezes acaba nem usufruindo como deveria (Entrevistado 3).

Eu não sei o que a cidade tem de atrativo diferente de final de semana para fazer [...] Às vezes tem até coisas bem bacanas que a gente nem sabe e acaba nem pensando em ir para o local (Entrevistado 4).

Eu estava procurando um lugar para tomar sorvete e não achei, talvez porque eu não conheço a cidade e também não tinha nenhuma informação (Entrevistado 5).

Gosto de conhecer particularidades do local, desde que tenha informação de como a gente se enriquece com essa visita [...] Não temos informação de onde ir e o que fazer. Não ficamos sabendo de eventos, feirinhas (Entrevistado 16).

Apenas um entrevistado informou que recebeu material de divulgação:

Um dia no pedágio eles me deram um livrinho de Itu sobre o turismo lá (Entrevistado 8).

Quase todos os entrevistados mostraram interesse e curiosidade pela Praça dos Exageros. Isso mostra que a Praça, aproveitando a fama de Itu, pode ser um grande mote para atrair o turista a Itu, mas é preciso trabalhar constantemente com seu desenvolvimento e aperfeiçoamento para que não se torne uma decepção frente a expectativas elevadas. Nesse sentido, foi afirmado que

Essa coisa do exagero que é um diferencial [...] Porque bons restaurantes você encontra em qualquer cidade (Entrevistado 1).

A criança fica encantada com aquele marketing que eles fazem de que é tudo grande (Entrevistado 2).

O que eu lembro de Itu é que tudo é grande (Entrevistado 4).

Os equipamentos desempenham um papel relevante. Os serviços dos hotéis e as opções de estabelecimentos de alimentação são, em muitos casos, mais importantes que os atrativos naturais ou culturais do destino. Em alguns casos, especialmente de viagens sem pernoite (turistas oriundos de Sorocaba não veem, em geral, necessidade de se hospedar em Itu), a viagem é definida em função do local de

almoço do domingo. Desse modo, é indiscutível que a atratividade de Itu não é uma responsabilidade exclusiva do poder público e de associações empresariais, que podem, no entanto, articular e orientar a iniciativa privada.

Em contraposição, há menções como “Nosso objetivo é conhecer a cidade” (Entrevistado 3). No outro extremo, o Entrevistado 9 afirma buscar sempre um hotel com conforto para poder descansar e não ter que sair de lá.

Estabelecimentos de Itu que foram mencionados de forma positiva foram:

- Restaurantes: Bar do Alemão (Entrevistado 1 e Entrevistado 6), Via Brasil (Entrevistado 1), Café da Bebel (Entrevistado 1), Rancho da Picanha (Entrevistado 1).

Os mencionados de modo negativo foram:

- Restaurantes: Alemão (muito caro, Entrevistado 1), Fazenda Canaverde (muito caro, Entrevistado 2).

O Bar do Alemão é visto como importante atrativo gastronômico, do qual muitas pessoas já ouviram falar e têm interesse em conhecer e outras conhecem e querem voltar.

Eu queria almoçar no Bar do Alemão, mas estava muito cheio [...] Foi um caso infeliz de estar lotado e eu não pude ter ido no restaurante, foi chato (Entrevistado 5).

O Bar do Alemão é famoso pelo parmegiana (Entrevistado 8).

A gastronomia voltada à tradição da cidade atrai muitos visitantes, exemplo disso é um dos entrevistados: “Eu buscaria o mais tradicional do lugar” (Entrevistado 13).

A imagem e a relação de Itu com o turismo pedagógico é indissociável – às vezes de forma positiva para o fluxo turístico, outras vezes não. Há tanto filhos de casais que conheceram a cidade com a escola e pedem aos pais para voltar quanto os que preferem ir para outros destinos, uma vez que já conheceram a cidade.

Poderia ser trabalhado nas escolas daqui de Sorocaba, um pouco de visita pedagógica, pois foi isso que despertou o interesse e fez a gente ir até aí e muitas vezes as crianças não conhecem Itu (Entrevistado 1).

É notável o potencial dos atrativos turísticos de Itu – com significativa divulgação e informação, haverá mais visitantes impulsionados inclusive pelo boca-a-boca.

A fazenda da Schincariol³⁵ eu achei super bacana [...] achei super agradável [...] a equipe bem preparada, a proposta de mostrar qual era o fundamento de ter aquela fazenda ali, o trabalho de restauração das florestas, foi super legal (Entrevistado 5).

Especificamente sobre Itu, alguns trechos de depoimentos merecem destaque. Em relação aos pontos positivos:

Eu gosto muito da cidade mesmo [...] a parte arquitetônica bem preservada, os prédios históricos, o centro é tranquilo, você vê que tem segurança para circular, os restaurantes bons que tem ali (Entrevistado 1).

Eu imagino que é uma cidade pequena, mas que tem uma infra muito boa de restaurantes e tudo mais [...] A sensação que eu tenho é que Itu serve bem a quem tem casa de veraneio lá (Entrevistado 2).

³⁵ Atualmente administrada pela SOS Mata Atlântica (SOS MATA ATLÂNTICA, 2015).

Uma coisa que me marcou em Itu foi a praça principal [...] Estava tendo um *show* bem no período que eu fui, achei super legal, uma coisa diferente, que eu não esperava em Itu (Entrevistado 5).

É um lugar que é legal para ir, para fazer um passeio [...] é um lugar a se considerar [...] tem opções para ir em um restaurante e em um bar (Entrevistado 6).

Achei lindo [...] acabei conhecendo a cidade e resolvi passar uma noite lá, achei uma graça [...] Eu fiquei impressionada com a parte histórica [...] mais bem conservada do que várias cidades lá de Ouro Preto em Minas Gerais [...] O que me surpreendeu em Itu foi justamente ver a parte natural conservada (Entrevistado 13).

Itu tem imagem de destino bucólico, de turismo rural, de local para descanso e tranquilidade (Entrevistado 17).

Além disso, a cidade é mencionada como “simpática” (Entrevistado 11) e como “positiva e tranquila” (Entrevistado 14).

Como pontos negativos, foi mencionado:

Eu me perco um pouco no centro, porque tem sinalização para chegar no centro, mas ali no centro [...] você se perde sem saber, por exemplo, qual é a praça principal (Entrevistado 1).

Eu passei em frente ao Parque das Crianças e a sensação que eu tive [...] é que estava fechado (Entrevistado 1).

O pessoal é meio provinciano, meio difícil de trabalhar (Entrevistado 1).

O Via Brasil veio para cá, então se você quer comer uma boa parmegiana, não precisa ir pra Itu, que era um ponto forte (Entrevistado 1).

Já fui para Itu, pois tenho parentes lá [...] já fui umas quatro vezes [...] A gente já foi para conhecer as “grandiosidades de Itu”, mas a cidade mesmo não tem muita coisa (Entrevistado 3).

Não tem nada para fazer e é tudo muito caro (Entrevistado 11).

Não deve ter tanta coisa para ver que justifique ficar mais que um dia (Entrevistado 15).

Como intenção de viagem, Itu foi mencionada nos contextos seguintes.

Eu tenho vontade de voltar para Itu para ter uma experiência do rural e meu filho quer conhecer o Varvito, porque já aprendeu na escola (Entrevistado 1).

A gente até voltaria se alguém dissesse que tem algum lugar bacana, dá para conhecer algumas coisas, daria para passar o dia (Entrevistado 3).

Fomos em um restaurante super simples [...] Mas eu gostei, inclusive fiquei com vontade de vivenciar a cidade (Entrevistado 5).

Até voltaria à cidade se soubesse de coisas interessantes para fazer (Entrevistado 7).

Eu só passei na frente, eu sempre quis ir porque lá tem algumas coisas interessantes [...] lá tem um parque bonito (Entrevistado 8).

Voltaria a Itu se tivesse um hotel bom, com estrutura bacana, paisagem e natureza [...] voltaria se tivesse proposta interessante, com custo benefício do hotel interessante (Entrevistado 14).

Se eu for tenho vontade de levar meus filhos para conhecer o Centro Histórico (Entrevistado 17).

O Entrevistado 18 sintetiza as opiniões, afirmando que voltaria a visitar Itu se tivesse uma boa proposta de valor: locais interessantes que valessem a pena sair de São Paulo (lojas típicas, boa gastronomia) e hotel charmoso para se hospedar.

A partir dos resultados das entrevistas e da discussão feita em oficina participativa (descrita na Parte II), melhorias para o *site* e aplicativo de Itu e um *briefing* de posicionamento de mercado recomendável são apresentados na Parte III deste trabalho.

7 EIXO 7: ALINHAMENTO COM PLANO DIRETOR DE ITU

Este eixo pretende atender à expectativa de alguns entrevistados na fase preliminar de ter partes do trabalho aprovado pela Câmara de Vereadores, e reflete a preocupação de não criar uma lei morta, por um lado, nem de restringir os resultados dos trabalhos para o que somente seria adequado para uma lei. Também deve ser considerado que a equipe prevista pelo PDT não tem um profissional de Direito entre seus membros, o que limita a capacidade de redação adequada de legislação para que seja efetiva.

Por outro lado, a necessidade de alinhar o Plano Diretor de Itu com o planejamento turístico municipal foi mencionada durante a reunião com a Secretaria de Turismo, Lazer e Eventos. A partir disso, considera-se ideal que, dentro do escopo deste trabalho, seja feita uma análise do Plano Diretor para que, eventualmente, recomendações de temas e/ou de modificações sejam propostas, em especial no capítulo de turismo, como resultado dos estudos desenvolvidos para os demais eixos.

Este eixo relaciona os aspectos abordados no trabalho com o Plano Diretor, que em breve deverá ser revisto.

7.1 METODOLOGIA

O Plano Diretor Participativo do Município da Estância Turística de Itu (ITU, 2006), previsto pela Lei Complementar 770, de 10/10/2006, foi examinado para que elementos ligados à atividade turística fossem identificados. Considerando os outros eixos deste trabalho, conclusões são apresentadas na Parte IV.

7.2 PLANO DIRETOR DE ITU

O Plano Diretor de Itu (ITU, 2006) faz referências diretas ao turismo e menções a áreas correlatas que influenciam na atividade, conforme relaciona o Quadro 14 e Quadro 15, respectivamente.

Turismo é colocado como uma atividade econômica relevante para o desenvolvimento, de modo que entidades representativas (COMTUR, PROTUR) foram chamadas para participar da elaboração do Plano Diretor. Além de capítulo especificamente dedicado ao turismo, há menções à atividade ao longo de todo o Plano Diretor.

Quadro 14 – Referências diretas ao turismo no Plano Diretor de Itu

Título	Capítulo	Art.	Descrição
I Conceito, finalidade, princípios, objetivos gerais e diretrizes	II – dos Princípios fundamentais	9	O Plano Diretor Participativo [...] se fundamenta e alicerça em quatro pilares fundamentais: [...] II - DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, composto pelas áreas da indústria, do comércio, da prestação de serviço, [...] da incorporação do patrimônio arquitetônico como agente econômico e turismo ;
	III – do Processo de elaboração do Plano Diretor	10	O PLANO DIRETOR PARTICIPATIVO DE ITU teve [...]a participação da comunidade; do executivo e do legislativo e dos setores organizados da sociedade civil [...]: V - realização de consultas públicas com setores da sociedade civil organizada, [...] tais como: diretores e diretoras das redes municipal, estadual e particular de ensino; COMTUR , [...] PROTUR [...];
	IV – dos Objetivos gerais	11	São objetivos gerais deste Plano Diretor [...]: XXV - promover a integração e o desenvolvimento da cultura e do turismo ;
II do Ordenamento territorial	I – das Diretrizes e estratégias do ordenamento territorial	12	A política do desenvolvimento urbano, ambiental e rural do município deverá ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade, com sustentabilidade ambiental, garantindo o bem estar e a qualidade de vida de seus cidadãos, mediante: XI - a garantia da preservação de áreas de interesse ambiental, histórico, arquitetônico, turístico e cultural ;
IV do Desenvolvimento econômico	I – da Política de desenvolvimento econômico	36	A política do desenvolvimento econômico do município deverá [...] Promover o estímulo à geração de trabalho e renda, o fomento ao desenvolvimento econômico da cidade de Itu para os setores da indústria, comércio, serviços, do patrimônio histórico arquitetônico, do turismo e comércio exterior, visando à dinamização do potencial econômico, o estímulo à geração de emprego, à democratização das oportunidades de empreendimentos, apoiada no princípio da sustentabilidade ambiental.
		37	Para a consecução destes objetivos [...] seguintes diretrizes: VIII - dinamizar a capacidade econômica de forma articulada entre a atividade industrial, prestação de serviço, comercial e agrícola e as atividades culturais, turísticas e de preservação do patrimônio histórico arquitetônico ; IX - adequar os recursos financeiros obtidos com o turismo de modo a ampliar sua participação na economia do município; X - padronizar e remodelar, em parceria com a iniciativa privada, a comunicação visual, o sistema de informações e a sinalização da cidade , com relação à prestação de serviços, o comércio, o lazer, o turismo e o patrimônio histórico arquitetônico; XI - estabelecer parcerias para transferência e aquisição de tecnologia [...] (organizações públicas e privadas, ONGs, universidades e institutos), com ênfase na atividade de apoio à prestação de serviço, valorização do comércio, desenvolvimento do potencial industrial, promoção do lazer e fomento ao turismo e ao patrimônio histórico, arquitetônico e cultural ;
		38	Para a implementação [...] proposições estratégicas: VII - implantar Centro de Feiras, Exposições e Eventos Permanente e o Espaço da Qualidade Empresarial [...] através de parcerias com a iniciativa privada;
	III – do Turismo	42	A Política do Turismo deverá promover, fomentar e valorizar, em todo o território do município, o patrimônio turístico local, incluindo-se a arquitetura urbana e rural, arqueologia, artes, traçado urbano, e testemunhos da arte, como pinturas, esculturas, música e iconografia.
		43	Para a consecução destes objetivos [...] as seguintes diretrizes: I - elaborar Plano Diretor de Turismo em 2 anos após a promulgação da presente Lei, abrangendo e contemplando, entre outras iniciativas, o projeto de sinalização e indicação de pontos históricos e lazer, com roteiros e placas nos pontos de identificação de interesse histórico, cultural e artístico ; II - promover o turismo ecológico ambiental do Rio Tietê , [...] histórico, arquitetônico e rural, em parceria com associações privadas, tais como [...] PROTUR [...]; III - propiciar a melhoria da capacitação empresarial e introduzir técnicas de gestão, visando [...]competitividade, [...]produtividade e [...]qualidade [...]; IV - formar e capacitar os profissionais [...]; V - promover campanha de promoção e divulgação do turismo [...] Itu como cidade de oportunidades, negócios, turismo e lazer; VI - tornar os locais de interesse turístico disponíveis , de forma permanente,

Título	Capítulo	Art.	Descrição
			e continuada e em horários acessíveis ao público alvo; VII - promover, nos limites das previsões orçamentárias, projetos [para] umentar , em 10 anos prorrogáveis na forma da lei, [...] o leque de opções turísticas [...], bem como atualizar e revitalizar as atrações já existentes.
		44	Para a implementação [...]deverão ser adotadas as seguintes ações [...]: I - adequar e possibilitar acesso para portadores de necessidades especiais em todas as dependências turísticas; II - ampliar atividade turística de forma empresarial; III - buscar parceiras com a iniciativa privada para recuperação das edificações degradadas; IV - diversificar os serviços prestados, principalmente na área de hotelaria e alimentação; V - fortalecer a imagem de Estância Turística trabalhando o paisagismo em logradouros, sinalização, cursos de capacitação em atendimento ao turista e serviços, divulgar o município em eventos turísticos; VI - promover campanha de incentivo e valorização de negócios, visando à recuperação de edificações, a revitalização de fachadas, ruas, praças, equipamentos coletivos e vilas, por meio de restaurações ou tratamentos, procurando adaptá-las a novas funções; VII - proporcionar formas de treinamento, qualificação e certificação dos profissionais e estabelecimentos [...]; VIII - qualificar e gerar acessibilidade aos locais definidos como de especial interesse turístico; IX - criar cargos e contratação de mão de obra qualificada em turismo, tal como agentes de turismo e turismólogos; X - criar Central de Informações Turísticas do Município, com a identificação e promoção dos pontos potenciais turísticos; XI - elaborar projeto de restauro da Igreja Matriz; XII - implantar em parceria com o Sebrae o PDTR (Programa de Desenvolvimento do Turismo Receptivo); XIII - incentivar a criação de festivais, festas regionais, etc. XIV - incentivar capacitação profissional de mão-de-obra, abertura de novos negócios, empreendimentos e serviços de apoio e de informações, voltados à promoção do turismo e do lazer; XV - restaurar Casa da Cultura, em parceria com a Fundação Estadual de Energia e Saneamento do Estado de São Paulo; XVI - transformar e ou utilizar espaços ociosos, procurando revitalizá-los e aproveitá-los;
VI do Des. Administ.	III – do Atendimento ao munícipe	76	Quanto ao Atendimento Virtual ao Munícipe - Prefeitura 24 horas, a política do desenvolvimento administrativo município de Itu visa: II - implantar centros integrados e descentralizados de atendimento e de serviços ao cidadão; implantar o Centro Turístico de Eventos e Exposições ;
VII do Macrozoneamento	I – da Divisão territorial do macrozoneamento	87	A MACROZONA DE PREDOMINANTES CARACTERÍSTICAS RURAIS é composta pelas áreas rurais do município, excluindo-se os loteamentos residenciais aprovados e implantados e que se caracterizam pela baixa densidade populacional, áreas não loteadas, com atividade rural ou turística, e têm por objetivo: V - abrigar atividades e ou urbanização em concordância com a vocação ou apoio ao turismo no município.

Fonte: Itu, 2006 (grifos nossos).

Quadro 15 – Referências a áreas correlatas ao turismo no Plano Diretor de Itu

Titulo	Capítulo	Art.	Descrição
I – Conceito, finalidade, princípios, objetivos gerais e diretrizes	II – dos Princípios fundamentais	3	O Plano Diretor da Estância Turística de ITU é fundamentado nos princípios da: IV - proteção e desenvolvimento econômico do patrimônio histórico, arquitetônico, cultural, ambiental e ecológico.
		4	A função social da cidade [...] corresponde ao:: II - o direito à terra urbanizada, à moradia digna, ao saneamento ambiental, à infraestrutura e serviços públicos, ao transporte coletivo, ao trabalho, à cultura, ao lazer , à memória e ao meio ambiente preservado e sustentável.
		7	O patrimônio histórico, arquitetônico, cultural e as áreas de significado ambiental-ecológico serão protegidos com a adoção de procedimentos de fiscalização, manutenção e qualificação , de modo a que os cidadãos possam deles usufruir sem prejuízo para a coletividade.
	IV – dos Objetivos gerais	11	São objetivos gerais deste Plano Diretor: I - promover a qualidade de vida urbana e ambiental através de programa de ação estratégica, possibilitando a criação e preservação de espaços públicos planejados, a recuperação ambiental e manejo adequado dos recursos naturais, a redução das desigualdades territoriais, a promoção do ordenamento territorial [...]; V - induzir a utilização de imóveis não edificados, subutilizados e não utilizados; VII - definir formas de gestão do patrimônio histórico, cultural, arquitetônico, ambiental e ecológico, através de mecanismos e instrumentos para sua preservação, promoção e utilização; IX - disciplinar a paisagem urbana, assegurando o equilíbrio visual [...], favorecendo a preservação do patrimônio arquitetônico, cultural e ambiental urbano e garantindo ao cidadão a possibilidade de identificação, leitura e apreensão da paisagem e de seus elementos constitutivos, públicos e privados; X - implementar áreas de lazer e parques públicos em áreas ociosas; XI - preservar os recursos naturais, especialmente [...]hídricos; XV - atender às necessidades de transporte e mobilidade da população, melhorar a circulação e o transporte, dentro e fora do seu perímetro urbano [...]; XVII - promover a integração e complementaridade entre as atividades urbanas e rurais, tendo em vista o desenvolvimento ambiental e socioeconômico no município;
II – do Ordenamento territorial	I – das Diretrizes e estratégias do ordenamento territorial	13	Para a realização das diretrizes da Política de Uso e Ocupação do Solo deverão ser adotadas as seguintes ações estratégicas: VII - criar estruturas de apoio, como terminais de passageiros e estacionamentos; IX - revitalizar o centro histórico e preservar os imóveis tombados com restauração do conjunto arquitetônico do centro, incentivando sua ocupação; XII - criar mecanismos de incentivo para a preservação dos imóveis de interesse histórico-cultural e ambiental-ecológico;
III – do Des. urbano, ambiental e rural	II – do Sistema viário, do transporte e da mobilidade	20	Para a consecução da política de transporte e mobilidade urbana [...]: II - elaborar o Plano Diretor de Transporte e Mobilidade Urbana, no prazo máximo de 2 anos [...], envolvendo o planejamento do Sistema Viário, sinalização horizontal e vertical e o programa de sinalização semaforica inteligente [...];
	VII – do Lazer	50	A política de lazer do município deverá otimizar o aproveitamento dos espaços existentes nas áreas urbanas; agregar novos espaços, atendendo às funções de recreação e lazer, conferindo especial atenção às grandes glebas desocupadas; estabelecer critérios para localização, dimensionamento e tratamento paisagísticos na adoção de um sistema de áreas verdes, capaz de atender à demanda de recreação e lazer de todas as faixas etárias e melhoria de qualidade ambiental; localizar preferencialmente áreas verdes em várzeas, fundos de vales e encostas, com cobertura vegetal significativa.
		51	Para a consecução destes objetivos [...]: I - Deverá ser implantado Parque Municipal Ecológico da Cidade de Itu , em parte da área da União, possibilitando atividades esportivas, de lazer, de contemplação e apropriação da paisagem [...]; II - as atividades de lazer deverão estabelecer formas e critérios de aproveitamento dos espaços existentes [...]; III - dotar equipamentos diferenciados de lazer e turismo [...], através da implantação de Parques Lineares ao longo dos córregos existentes; IV - ampliar arborização adequada [...]; V - construir praças, revitalizar as áreas verdes, as áreas de lazer existentes e os passeios públicos de pedestre [...].

Título	Capítulo	Art.	Descrição
		52	<p>Para a implementação [...] do esporte [...] seguintes ações [...]:</p> <p>I - promover a recuperação e a revitalização do PARQUE DO VARVITO;</p> <p>II - promover a recuperação e a revitalização da CIDADE DA CRIANÇA;</p> <p>III - promover a recuperação e a revitalização do Bosque Alceu Geribello;</p> <p>IV - utilizar praças, parques e áreas verdes para implantação de projetos esportivos com implantação e instalação de equipamentos;</p> <p>V - recuperar e divulgar áreas de lazer já existentes;</p> <p>VI - implantar e ampliar a oferta de serviços, lazer e cultura [...].</p> <p>VII - implementar "ruas de lazer" [...], em parceria com a comunidade e escolas.</p>
V – do Desenvolvimento social e cidadania	II – da Educação	59	<p>Para a consecução [...] educação [...]:</p> <p>XII - implantar programa educacional com objetivo de ensinar a história do município, interagindo com os locais e marcos históricos, estendendo-se a todos os interessados, despertando o sentimento cívico da comunidade;</p>
	III – da Cultura	61	<p>A política da cultura deverá promover, incentivar e difundir as atividades artísticas culturais no município [...]. A cultura popular é uma mistura das manifestações de todas as pessoas.</p>
		62	<p>Para [...] cultura deverão ser as observadas as seguintes diretrizes:</p> <p>I - fomentar manifestações culturais nas mais diversas áreas do saber, da arte e dos costumes além do conhecimento, da memória, dos costumes e das artes;</p> <p>II - incentivar a produção artística [...];</p> <p>III - manter instrumentos que garantam o acesso da comunidade a estes componentes da cidadania através de escolas de artes, museus, bibliotecas, centros culturais, espaços para exposições temporárias e permanentes;</p> <p>IV - manter os elementos que estabelecem raízes para a sociedade local e que, portanto, definem realizações e garantem estruturas de identificação dos cidadãos com a sociedade local e o seu espaço, garantindo o acesso da população [...]. Os que nasceram e cresceram no lugar merecem a mesma garantia daqueles que migraram e não possuem raízes tão fecundas;</p> <p>V - promover a integração operacional entre a Secretaria de Cultura [e] a de Turismo.</p>
	63	<p>Para [...] cultura [...]:</p> <p>I - ampliar o conceito de Casa de Cultura, para o Espaço Cultural Almeida Júnior;</p> <p>II - ampliar o espaço físico do Arquivo Histórico Municipal - MAHMI;</p> <p>III - celebrar convênios de parceria e cooperação com instituições públicas ou privadas para instalação de equipamentos culturais de excelência, tais como Teatro Municipal, que sejam locais que possibilitem apresentações artísticas [...];</p> <p>IV - constituir corpos estáveis municipais de Música, Dança e Teatro, mantidos pela municipalidade, a fim de garantir acesso da comunidade [...];</p> <p>V - criar festivais anuais de arte, através de parcerias, com a contratação de orquestras, bandas, conjuntos musicais, corais quando necessário;</p> <p>VI - desenvolver leis de incentivo à cultura, que permitam aos grupos culturais o acesso aos benefícios fiscais concedidos às empresas;</p> <p>VII - elaborar calendário municipal da cultura, com inventário permanente das manifestações e os espaços culturais existentes na cidade;</p> <p>VIII - implantar Centro Cultural Municipal, no centro histórico, e implantar Centros Culturais descentralizados;</p> <p>IX - implantar Conselho Permanente para a celebração do IV Centenário da Cidade de Itu;</p> <p>X - implantar o Projeto Teatro Oficina no teatro do Município;</p> <p>XI - implantar Museu da Cidade;</p> <p>XII - implantar o programa "Conhecendo o Município e sua História";</p> <p>XIII - implantar o projeto Itu, Memória Viva;</p> <p>XIV - implementar Pinacoteca Municipal;</p> <p>XV - incentivar o servidor público a conhecer e se capacitar no conhecimento da cultura e do Turismo e do patrimônio de sua cidade, seja com capacitação ou promoção de atividades especiais;</p> <p>XVI - manter Conselho Municipal de Cultura;</p> <p>XVII - manter e ampliar a Biblioteca Pública;</p> <p>XVIII - promover parcerias público - privadas com as escolas de arte e similares;</p> <p>XIX - reconstituir o Museu de Arte Sacra;</p> <p>XX - reconstruir conceito de cultura para a sociedade, seus representantes e às lideranças culturais;</p> <p>XXI - reestruturar a EMIA - Escola Municipal de Iniciação Artística</p>	
VII – do Macrozoneamento	II – da Divisão territorial das macrozonas [...]	89	<p>As MACROZONAS DE URBANIZAÇÃO I e II subdividem-se em:</p> <p>I - Setor Especial de Interesse Histórico, Cultural, Ambiental e Arquitetônico, cujo perímetro, delimitado em mapa, coincide com o da operação urbana centro histórico e que compreende o Centro Histórico e engloba o Parque do Varvito;</p>

Título	Capítulo	Art.	Descrição
VIII – dos Instrumentos da política urbana	II- da Divisão territorial das macrozonas em zonas, áreas ou zonas e setores especiais	93	Para a promoção, planejamento, controle e gestão do desenvolvimento urbano, serão adotados, dentre outros, os seguintes instrumentos de política urbana, conforme a Lei Federal 10.257, de 10 de julho de 2001, Seção I, artigo 4º: IV - tombamento de imóveis ou outro elemento importante para a memória e a cultura da cidade de Itu; V - instituição de unidades de conservação;
	III – da Outorga onerosa do direito de construir	96	§ 2º As Zonas de Preservação Ambiental estão excluídas da adoção da outorga onerosa do direito de construção e o Centro Histórico;
IX – da Gestão da Política Urbana	I – do Sistema Municipal de Planejamento e Gestão	118	O Sistema de Informações Municipais deverá conter e manter atualizados dados, informações e indicadores sociais, culturais, econômicos, financeiros, patrimoniais, administrativos, físico-territoriais, inclusive cartográficos, ambientais, imobiliários e outros de relevante interesse para o Município.

Fonte: Itu, 2006 (grifos nossos).

O Plano Diretor de Itu é considerado adequado no que se refere a macrodiretrizes e estratégias de desenvolvimento turístico, como legislação de base. Sua efetiva complementação por planos e projetos setoriais ou por regulamentações e oficializações dos critérios estabelecidos deve ser estudada, monitorada e demandada.

Na Parte IV deste trabalho são apontadas as determinações do Plano Diretor que se relacionam diretamente com os eixos aqui desenvolvidos.

PARTE II – AS ESCOLHAS

Com o objetivo de apoiar a realização deste Plano de Desenvolvimento Turístico, foram realizadas, em junho de 2015, as oficinas de planejamento participativo com atores-chave, em especial representantes do poder público, do *trade* turístico e de entidades do terceiro setor.

As oficinas, organizadas pela Ágere Consultoria, pela PROTUR e pelo poder público municipal, em especial pelas pastas de Planejamento e de Turismo, foram realizadas na sede da Secretaria Municipal do Meio Ambiente, no Parque Ecológico Taboão.

Os participantes foram convidados por *email* (Figura 67), com lembrete reforçado por telefone, e confirmaram presença para a PROTUR. As oficinas tiveram de 3 a 6 horas de duração.

Figura 67 – Modelo de convite para oficinas



A Prefeitura Municipal da Estância Turística de Itu e a PROTUR - Associação Pró-Desenvolvimento do Turismo Regional convidam para participar de uma importante etapa do Plano de Desenvolvimento Turístico de Itu, a oficina que discute projetos que serão implantados no município para desenvolver a atividade. Os eixos do trabalho que serão abordados na oficina são:

EIXO 2: Pertencimento da população e riquezas naturais e culturais

EIXO 3: Envolvimento da população e geração de trabalho e renda

A oficina acontece no dia 08/06, segunda-feira, das 13h00 às 19h00, na Sede da Secretaria Municipal de Meio Ambiente - Avenida Itu 400 anos, 77 - Bairro Itu Novo Centro, nas dependências do Parque Ecológico Taboão.

Confirmar presença através deste e-mail ou telefone 11 4013-0604.

Atenciosamente,

PROTUR - Associação Pró-desenvolvimento do Turismo Regional
 Maria Sofia Vidigal Pacheco e Silva
 Diretora Presidente

Em todas as oficinas, após a abertura oficial, foi feita uma exposição do trabalho realizado desde agosto de 2014. O início das oficinas se deu com base nos slides mostrados na Figura 68.

Figura 68 – Pré-diagnóstico



Fonte: Ágere, 2015.

Foram descritos brevemente o trabalho de definição dos eixos, a partir do pré-diagnóstico realizado, e os objetivos de cada eixo. Em seguida, o foco passou ao eixo de que tratava cada oficina.

A decisão de realizar diversas oficinas deveu-se, principalmente, à possibilidade de convidar atores diretamente relacionados com cada tema. A primeira oficina foi realizada em 2 de junho de 2015, e tinha por objetivo discutir o Eixo 6 – Promoção e Divulgação da Oferta Turística de Itu. Em seguida, a segunda oficina tratou do Eixo 2 – Pertencimento da População, no dia 8 de junho. Por fim, a terceira oficina dedicou-se ao Eixo 4 – Desenvolvimento do Roteiro dos Bandeirantes, em 16 de junho de 2015³⁶.

1 OFICINA 1 – EIXO 6

A primeira oficina, ocorrida em 2 de junho, contou com 19 participantes (Figura 69 e Figura 70), além da equipe organizadora. Foram convidados empresários do *trade* turístico, representantes da PROTUR, secretários municipais e funcionários públicos. Estavam representadas as secretarias de Planejamento, Turismo e Meio Ambiente.

³⁶ Era intenção realizar também oficina para discutir o Eixo 3. No entanto, além de o plano de trabalho prever apenas uma oficina, os contratantes consideraram não haver necessidade, tendo em vista o prazo para a entrega deste relatório.

Figura 69 – Oficina 1, lista de presença

LISTA DE PRESENÇA - OFICINA PDT ITU - 02/06/2015

Nome	Empresa	E-mail	Assinatura
Cesar Waldemar	Secretaria Turismo ITU	CESARICURIS@ig.ig.ig.com	<i>Cesar</i>
Sury Carlos Homero	S. MEIO AMBIENTE	W12.CASSIN@ITU.SP.GOV.BR	<i>Sury</i>
ANDRÉ E SORRENTINO	Secretaria de Turismo	TURISMO@itu.sp.gov.br	<i>André</i>
Shirley Kantor	Sec. mun. Planejamento	sd. arg. e h. m. d. l. com	<i>Shirley</i>
José Roberto Rebelo	GGI	prof.rebelo08@gmail.com	<i>José Roberto</i>
MILTON PEREIRA JUNIOR	UTU - GUAGUIMÓIS	Milton@utugui.com.br	<i>Milton</i>
MARIA SÍLIA PACHECO SILVA	PROSOR - FABRICA SLUIZ	msilva@prosor.com.br	<i>Maria Sílvia</i>
ROBINSON C. M. RIBEIRO	CEVNSP	TURISMO@CEVNSP.COM	<i>Robinson</i>
Dávid de Sá	REC Turismo	DAVID@REC.TURISMO.COM	<i>Dávid</i>
Rita da Chagas	FABRICA DAS BARRAS	rita@fabricadassabarras.com.br	<i>Rita</i>
Helio Tomba Jr	AA ZOMBATU Viagem	helio@zombatu.com.br	<i>Helio</i>
Gelson Toledo	PROTUR	celso@protur.com.br	<i>Gelson</i>
Karla M. S. Sinafília		ksinafília@gmail.com	<i>Karla</i>
Msc. ap. S. Siqueira	Chaparrão de Sal	contato@campingchaparrao.com.br	<i>Msc. Siqueira</i>
Fabio Sum Gurgelo	Secretaria de Turismo	TURISMO@ITU.SP.GOV.BR	<i>Fabio</i>
ATILIO ANTONIO SAUT	ETC MARTINHO DI CIENO	ete@itune.com.br	<i>Atílio</i>
Natalie Morelo	Road Shopping	nataliemorelo@roadshopping.com.br	<i>Natalie</i>
JARBAS DUMAS	ASSISTOVIAO.COM.BR	jarbas@assistoviao.com.br	<i>Jarbas</i>
RICARDO FERREIRA E SILVA	R22 COM. ART. E EVENTOS	RP22@ESPECAOFABRICA.COM.BR	<i>Ricardo</i>

Fonte: Ágere, 2015.

Figura 70 – Oficina 1, participantes



Fonte: Ágere, 2015.

As consultoras apresentaram as etapas realizadas para elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico de Itu e contextualizaram os objetivos do trabalho, para que os participantes compreendessem o teor das atividades que seriam propostas. A discussão dos temas iniciou-se pelo Eixo 6 (Figura 71).

Figura 71 – Oficina 1, objetivos e metodologia do eixo 6



Eixo 6 – Promover e divulgar

- **Objetivo:** propor diretrizes para a promoção e divulgação dos principais atrativos turísticos de Itu. Especificamente, busca-se:
 - definir posicionamento para divulgação do destino (*briefing*) nos principais centros emissores
 - indicar aprimoramentos de ferramentas de informações (aplicativo, site)



EIXO 6 – Promover e divulgar

- Realização de pesquisa de demanda potencial por meio de entrevistas aprofundadas
- Análise, interpretação e cruzamento dos dados de demanda
- Análise do aplicativo Itu na Copa e do site
- Recomendações
- *Briefing* de posicionamento

Procedimentos metodológicos

Fonte: Ágere, 2015.

Foram apresentadas as etapas de trabalho realizadas neste eixo e os principais resultados obtidos na pesquisa de demanda (Figura 72).

Figura 72 – Oficina 1, resultados da pesquisa qualitativa de demanda do eixo 6





EIXO 6 – Promover e divulgar

Principais resultados

Aspectos positivos	Aspectos negativos
<ul style="list-style-type: none"> • Patrimônio histórico preservado • Arquitetura • Bons restaurantes • Destino bucólico, ideal para descanso • Cidade pequena e tranquila, com boa infraestrutura • Simpática 	<ul style="list-style-type: none"> • Sinalização confusa/deficiente • Instalação dos restaurantes em outras cidades (não precisa ir a Itu) • Sensação de abandono (Parque das Crianças) • Cidade não oferece muita coisa para fazer • É muito caro • Não há necessidade de ficar mais que 1 dia

Fonte: Ágere, 2015.

Na sequência, foi proposta a realização de atividade que visava o levantamento de sugestões e a discussão para criação do *site* oficial de Itu, bem como propostas de melhorias para o aplicativo de turismo do município.

Figura 73 – Oficina 1, discussão de *site* e aplicativo do eixo 6



EIXO 6 – Promover e divulgar

Discussão: Sugestões para *site* e aplicativo

TEMPO: 15 minutos

(TABELA)

Atividade 1

Fonte: Ágere, 2015.

Os participantes foram organizados em grupo (Figura 74) para discutir os temas propostos.

Figura 74 – Oficina 1, participantes realizando as atividades



Fonte: Ágere, 2015.

Foi distribuída para cada um dos participantes uma folha com as sugestões iniciais para o *site* e o aplicativo (Figura 75).

Figura 75 – Oficina 1, primeira atividade

Atividade 1 - CONTEÚDO DO SITE E APLICATIVO DE ITU
Fazer observações adicionais no verso.

Item	Sugestão inicial	Outras sugestões (PREENCHER)
Conteúdo	<ul style="list-style-type: none"> - Hotéis e pousadas; - Restaurantes; - Compras (lojas de artesanato, antiquários, feira de artesanato); - Vida noturna; - Atrações; - Passeios (tremzinho, jardineira e outros passeios organizados); - Atividades (cavalgadas, trilhas, atividades de aventura, etc.); - Calendário de eventos (por tipologia) de interesse dos turistas - Transporte - taxi, locadoras de automóveis, transporte público; - Guias; 	
Tipos de informações	<ul style="list-style-type: none"> - Endereço, telefone e site; - Breve descritivo com foto ou vídeo e áudio; dias e horários de funcionamento e como chegar. 	
Classificação do conteúdo 1: interesses	<ul style="list-style-type: none"> - Rural (com hotéis, campings e fazenda para day use também); - Aventura (com hotéis com equipamentos e atividades de aventura); - Ecológico (incluindo parques e empreendimentos privados com experiência e atividade na natureza); - Cultural; - Exagero; - Religioso; 	
Classificação do conteúdo 2: perfil do público	<ul style="list-style-type: none"> - Famílias com crianças; - Grupo de amigos; - Casal; - Terceira Idade; - Escolas; - Corporativo. 	
Melhorias técnicas	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilidade de selecionar os empreendimentos turísticos que pretende visitar; - Dar opção para o turista avaliar empreendimentos no TripAdvisor; - Fazer interface com Facebook, por exemplo, para comentários, postagem de fotos etc.; o conteúdo produzido pelos próprios turistas tem mais valor. 	

Fonte: Ágere, 2015.

Os grupos, posteriormente, apresentaram suas sugestões, que foram validadas. O resultado da atividade 1 ficou conforme o Quadro 16.

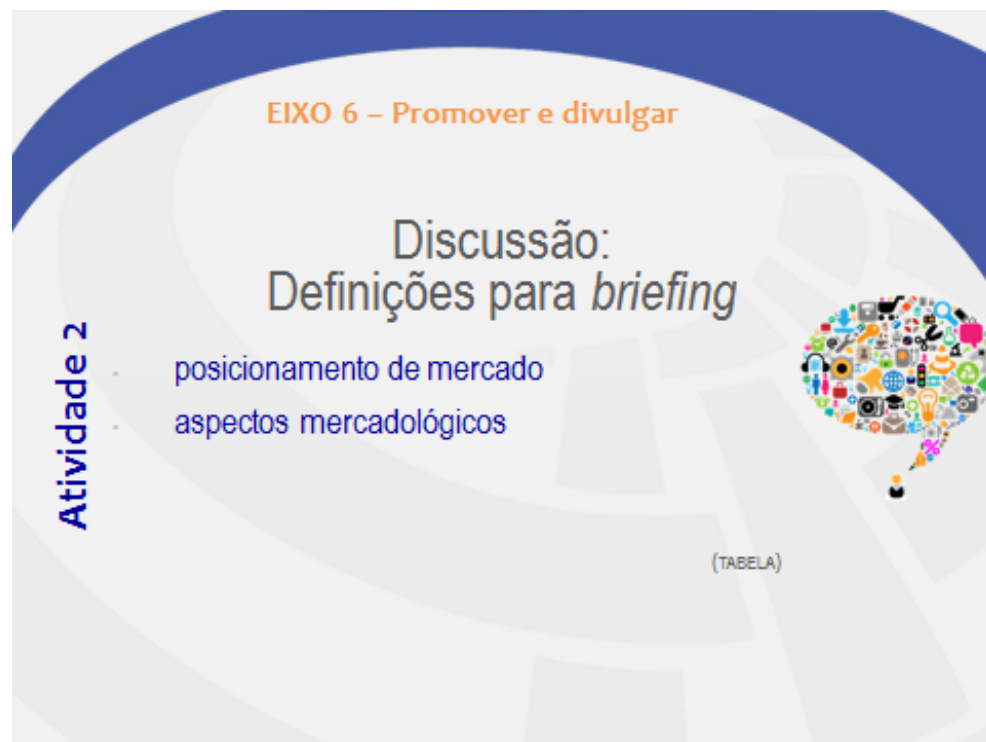
Quadro 16 – Oficina 1, resultado da primeira atividade

Item	Sugestão inicial	Outras sugestões (PREENCHER)
Conteúdo	<ul style="list-style-type: none"> Hotéis e pousadas Restaurantes Compras (lojas de artesanato, antiquários, feira de artesanato) Vida noturna Atrações Passeios (trenzinho, jardineira e outros passeios organizados) Atividades (cavalgadas, trilhas, atividades de aventura etc.). Calendário de eventos (por tipologia) de interesse dos turistas Transporte: táxi, locadoras de automóveis, transporte público Guias 	<ul style="list-style-type: none"> Campings Informar meios de hospedagem com <i>day use</i> - criar ícone Link para Roteiros dos Bandeirantes e Caminho do Sol Inserir empresas/ indústrias abertas à visitação Melhorar informações da cidade (localização, acesso) Opções de roteiros (1 dia, 2 dias, 3 dias) História Personalidades históricas (Almeida Júnior e outras) Serviços receptivos Acessibilidade Casa de câmbio Atrativos turísticos/pontos turísticos/ atividades
Tipos de informações	<ul style="list-style-type: none"> Endereço, telefone e <i>site</i> Breve descritivo com foto ou vídeo e áudio, dias e horários de funcionamento e como chegar 	<ul style="list-style-type: none"> Faixa de preço Atendimento bilíngue Capacidade dos meios de alimentação Estacionamento próprio Outras informações relevantes (dados específicos) Aceita <i>pets</i> Classificação por ordem alfabética
Classificação do conteúdo 1: interesses	<ul style="list-style-type: none"> Rural (com hotéis, campings e fazenda para <i>day use</i> também) Aventura (com hotéis com equipamentos e atividades de aventura) Ecológico (incluindo parques e empreendimentos privados com experiência e atividade na natureza) Cultural Exagero Religioso 	<ul style="list-style-type: none"> Inserir pedagógico?
Classificação 2: perfil do público	<ul style="list-style-type: none"> Famílias com crianças Grupo de amigos Casal Terceira idade Escolas Corporativo 	
Melhorias técnicas	<ul style="list-style-type: none"> Possibilidade de selecionar os empreendimentos turísticos que pretende visitar Dar opção para o turista avaliar empreendimentos no <i>TripAdvisor</i> Fazer interface com <i>Facebook</i>, por exemplo para comentários, postagem de fotos etc. o conteúdo produzido pelos próprios turistas tem mais valor 	<ul style="list-style-type: none"> Possibilidade de cruzamento de categorias (casal/rural)

Fonte: Ágere, 2015.

Em seguida, todos foram convidados a realizar a segunda atividade (Figura 76), que tinha como objetivo a elaboração dos principais aspectos do *briefing* de marketing do destino turístico de Itu, que deverá ser utilizado para criação de campanhas promocionais do município.

Figura 76 – Oficina 1, segunda atividade



Fonte: Ágere, 2015.

Como na atividade anterior, foi entregue uma folha para orientar a discussão a respeito do *briefing* (Figura 77).

Figura 77 – Oficina 1, segunda atividade

Atividade 2 - BRIEFING

Item	Questão	Sugestões (PREENCHER)
Produto	Qual a imagem de Itu no mercado turístico? Defina TRÊS palavras.	
Objetivo de comunicação	Qual é o principal objetivo (foco) de uma campanha para Itu? Descreva em UMA frase.	
Diferencial	Qual é o principal diferencial competitivo de Itu?	
Posicionamento	Como gostaríamos que Itu fosse reconhecida no mercado turístico?	
Atributos	Quais atributos de imagem do destino (pontos positivos) devem ser ressaltados? Defina em TRÊS palavras.	
Símbolos	Quais são os TRÊS principais símbolos de Itu?	
Personalidade	Quais os principais elementos para dar personalidade a Itu? (logomarca, slogan, cores, imagens etc.).	
Logomarca	Qual a logomarca de Itu vamos usar?	
Slogan	Quais ideias deve conter o slogan de Itu?	
Cores	Quais cores retratam a cidade?	
Outro	_____	
Mídias	Quais as mídias prioritárias para atingir o objetivo?	

Fonte: Ágere, 2015.

O resultado desta atividade pode ser visualizado no Quadro 17.

Quadro 17 – Oficina 1, resultado da segunda atividade

Item	Questão	Sugestões (PREENCHER)
Produto	Qual a imagem de Itu no mercado turístico? Defina TRÊS palavras.	<ul style="list-style-type: none"> • Hospitaleira • Turística (2) • Cultural (4) • Exagero (3) • Gastronomia • Rural (3)
Objetivo de comunicação	Qual é o principal objetivo (foco) de uma campanha para Itu? Descreva em UMA frase.	<ul style="list-style-type: none"> • Divulgar história • Definir posicionamento do destino no mercado turístico • Desenvolver o turismo regional • Itu Grande é nossa história • Para atrair mais turistas por meio de eventos, organizar e divulgar eventos gastronômicos
Diferencial	Qual é o principal diferencial competitivo de Itu?	<ul style="list-style-type: none"> • Exagero (2) • Localização • Facilidades de acesso

Item	Questão	Sugestões (PREENCHER)
Posicionamento	Como gostaríamos que Itu fosse reconhecida no mercado turístico?	<ul style="list-style-type: none"> • Exagero (3) • Destino de lazer • História e manifestações culturais • Diferente – diferenciada • Imperdível • Preparada para receber bem • Classe média com criança / SP
Atributos	Quais atributos de imagem do destino (pontos positivos) devem ser ressaltados? Defina em TRÊS palavras.	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimônio (2) • Hospitalidade (2) • Gastronomia (3) • Localização • Experiência turística (economia da experiência) • Atrativos variados • Tranquilidade • Preservação (patrimônio natural e cultural)
Símbolos	Quais são os TRÊS principais símbolos de Itu?	<ul style="list-style-type: none"> • Simplício (2) • Orelhão (3) • Turismo rural • Patrimônio • Igrejas (2) • Centro Histórico • Parque Varvito • Palmeiras imperiais (2)
Personalidade	Quais os principais elementos para dar personalidade a Itu (logomarca, <i>slogan</i> , cores, imagens etc.).	•
Logomarca	Qual a logomarca de Itu vamos usar?	<ul style="list-style-type: none"> • Somos grandes desde sempre • Somos tudo de bom
<i>Slogan</i>	Quais ideias deve conter o <i>slogan</i> de Itu?	<ul style="list-style-type: none"> • Itu: somos esquina de São Paulo • Itu: Exagero bom • Do tamanho de Itu • Itu: grande é nossa história • Itu do tamanho do seu sonho
Cores	Quais cores retratam a cidade?	<ul style="list-style-type: none"> • Azul, branco e amarelo
Mídias	Quais as mídias prioritárias para atingir o objetivo?	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociais (2) • Cadernos de turismo – Revista Viagem • TV • Feiras • Assessoria de imprensa

Fonte: Ágere, 2015.

Não houve tempo hábil para discussão do eixo 4 e foi agendada outra oficina, no dia 16/06, para retomada dos trabalhos.

Ao final da oficina foi aplicada uma pesquisa com os participantes. As médias para cada item de avaliação solicitado são apresentadas na Tabela 3. Constata-se satisfação, visto que as notas foram atribuídas a partir do seguinte critério: ótimo = 5, muito bom = 4, bom = 3, regular = 2 e ruim = 1.

Tabela 3 – Oficina 1, avaliação

QUANTO AO DESENVOLVIMENTO DO EVENTO		Média
Local do evento		4,6
Tempo de duração		3,8
Horário da realização		3,9
QUANTO AO CONSULTOR		
Objetividade e clareza na apresentação		4,2
Interação com os participantes		4,6
Habilidade de estimular a participação da plateia		4,5
Capacidade de sensibilizar o grupo para a importância do tema		4,6
QUANTO A CONTRIBUIÇÃO AO PDT ITU		
Contribuição para o PDT Itu		4,6
Satisfação em relação aos projetos propostos		4,4
Considera que este evento contribuiu para o enriquecimento do PDT Itu?		4,7
AVALIAÇÃO GLOBAL		
A oficina correspondeu às suas expectativas?		4,5
Média		4,4

Fonte: Ágere, 2015.

2 OFICINA 2 – EIXO 2

Realizada no dia 8 de junho de 2015, a segunda oficina teve 30 participantes, conforme a Figura 78, e foi conduzida por Maria Júlia Azevedo Gouveia e Lúcia Helena Nilson, especialistas em planejamento participativo.

Figura 78 – Oficina 2, lista de presença

LISTA DE PRESENÇA - OFICINA PDT ITU - 08/06/2015

Nome	Empresa	E-mail	Assinatura
Allice Inqui Buning	Secret. Cultura	allice_buning@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
marco Antonio Augusto	SMSTT	marco.augusto@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Felicia Vaccari	Fundação de Cultura	felicia.vaccari@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Marilda Cortijo	Secret. Educaçao	marildacortijo@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
CEMUR por São	SECR. TURISMO	SECRETARIO@TURISMO.ITU.SP.GOV.BR	[Assinatura]
Ceser Zibeleman	SECR. Turismo	ceser@turismo.gov.br	[Assinatura]
Silvia de Almeida	Seca Promoção Social	silvia@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Fátima Francklini	Sec. Promoção Social	fatima.f@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Cláudia Guimarães Moraes	Sec. Promoção Social	claudiamoraes@yahoo.com.br	[Assinatura]
Helton Américo Rodrigues	" " "	rodrigues@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Luiz Henrique Guimarães	Secretaria Promoção Social	luizhenrique@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Lucas Talama B. V. Carneiro	Sec. Promoção Social	lucas@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Benedito Rauer	SEC. TURISMO, CRIAR E GERIR	benedito.rauer@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Luiz Henrique Guimarães	" " "	luizhenrique@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Luiz Henrique Guimarães	" " "	luizhenrique@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Marlene Muller Gys	Secretaria de Desenvolvimento Emprego	marlenegys@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Evandro Costa	Sec. de Turismo e Eventos	evandro@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Antonio C. S. S. Santos	Sec. de Turismo	antonio@itu.sp.gov.br	[Assinatura]
Helio Zappalini Jr.	Helio Zappalini Jr. & Habmail	Bres. (Associação do Ont)	[Assinatura]
Luiz Cassio	S. M. M. A	LUIZ.CASSIO@ITU.SP.GOV.BR	[Assinatura]

Nome	Empresa	E-mail	Assinatura
Benedicto Augusto Assunção	Proleptusa	benappendi@ig.com.br	
Dr. Deberly Muniz Sales	Secretaria de Meio Ambiente	pdnt@itu.apea.br	
João Amador de Almeida	REGIONAL PIRB	REGIONAL@PEA.COM.BR	
Daniel Amador de Almeida	Pal. do Itu - COMUNICAÇÃO	daniel.alcantara@itu.sp.gov.br	
Helena Ap.M. S. Gianuca	Planosoc Social	helnajui@bel.com.br	
Thomaz Louich	Fundo Social Itu	cap.fundossocial@hotmail.com	
ADRIANA C. DE M. SILVA	EFUSP	ADRIANA@EFUSP.COM.BR	
Maria Edith Baldy	Secretaria de Cultura	itu.cultura@gmail.com	
Juliana Grandi Baldy Colvache	Secretaria de Planejamento	julianagrandibaldy@pea.com.br	
MARIA SPREH VINDIG DE FREITAS SILVA	PROTOR	maria.protor@terra.com.br	

Fonte: Ágere, 2015.

Os participantes estão na Figura 79, e foi feita uma atividade inicial de apresentação (Figura 80), após uma breve fala da Secretária do Meio Ambiente, dando a todos as boas-vindas, e da Secretária do Planejamento, que agradeceu a presença dos participantes, explicou o *status* do PDT e o motivo da oficina.

Figura 79 – Oficina 2, participantes



Fonte: Ágere, 2015.

A apresentação consistiu em separar os participantes em vários grupos (por critérios como sexo, idade, cargo de gestão *versus* técnico e área de atuação) e fazê-los cumprimentarem-se.

Figura 80 – Oficina 2, apresentação dos participantes




Fonte: Ágere, 2015.

Nesta oficina foi abordado o eixo 2, baseado nos *slides* mostrados na Figura 81.

Figura 81 – Oficina 2, objetivo e metodologia do eixo 2

EIXO 2 – Pertencimento da população



- **Objetivo:**
 - criar mecanismos para estimular o sentimento de pertencimento da população – riquezas naturais e culturais, materiais e imateriais



EIXO 2 – Pertencimento da população

- entrevistas para discutir formas de trabalho com **crianças e jovens**;
- consultas ao *trade* turístico: disponibilidade e meios para **receber o ituano** em geral;
- possibilidades de ações conjuntas para **servidores públicos**;
- consolidar **interesses dos públicos-alvo**;
- desenvolver e detalhar **projetos**.

Procedimentos metodológicos

Fonte: Ágere, 2015.

Foram feitas duas atividades, sendo ambas com uma primeira parte em grupos (Figura 82) e uma segunda parte de discussão em plenária.

Figura 82 – Oficina 2, realização das atividades



Fonte: Ágere, 2015.

A primeira atividade (Figura 83) levou os participantes à reflexão sobre o que estaria acontecendo na cidade de Itu em 2025 e como seria a vida na cidade. Os participantes foram divididos em três grupos de 11 pessoas e cada grupo ficou responsável por uma questão:

- O que acontece em Itu no ambiente rural?
- O que acontece na cidade durante o dia?
- O que acontece na cidade à noite?

Figura 83 – Oficina 2, primeira atividade

**Atividade 1:
Cenário do turismo em Itu - 2025**

**Manchete de jornal:
Itu, cidade turística reconhecida mundialmente.**

- O que acontece em Itu no ambiente rural?
- O que acontece na cidade durante o dia?
- O que acontece na cidade à noite?

A cidade de Itu, no interior do Brasil, merece ser visitada por causa...

Fonte: Ágere, 2015.

O resultado ficou conforme o Quadro 18 e a Figura 84.

Quadro 18 – Oficina 2, resultado da primeira atividade

O que acontece em Itu no ambiente rural?	O que acontece na cidade durante o dia?	O que acontece na cidade à noite?
Estruturar o espaço rural para receber o turista (acessos, segurança, iluminação)	Experimentar a gastronomia típica e dos exageros	Segurança e mobilidade
Consolidar imagem de Itu como destino de eventos internacionais e também de lazer de aventura	Calendário de cenários temáticos é lançado neste último mês	Criar roteiro turístico noturno
Resgatar e preservar as tradições culturais (história, gastronomia, música, etc.)	Criar roteiro de turismo esportivo na Estrada Parque	Construir centro de convenções /criar eventos noturnos, peças teatrais
Preservar o meio ambiente (Selo ONU)	Praça dos Exageros está funcionando	Estação do Beco Criar atividades culturais

Fonte: Ágere, 2015.

Figura 84 – Oficina 2, resultado da primeira atividade



Fonte: Ágere, 2015.

A atividade 2 abordou as formas de oportunizar para que a população usufrua das riquezas naturais e culturais da cidade. Com 21 participantes também divididos em grupo, o roteiro da atividade está mostrado na Figura 85.

Figura 85 – Oficina 2, segunda atividade

Atividade 2

Como oportunizar que a população usufrua das riquezas naturais e culturais da cidade?

- Cada um pensa em uma ação e escreve numa cartela. Pensa para qual público é a ação.
- Organiza-se subgrupos por público semelhante
- No subgrupo: leitura das ações e organização das ações/cartelas por relevância
- Apresentação das ações pelo subgrupos
- Conversa sobre semelhanças e informação de que trabalharemos com uma ação para cada público (a mais relevante)

Em subgrupo pensar e registrar em cartela:

- Responsável Cronograma
- Recursos Fonte

Apresentação do conjunto de informações.

Organizar as ações em projetos e nomeá-los.

Fonte: Ágere, 2015.

As ideias e considerações dos participantes ficaram conforme o Quadro 19 e a Figura 86.

Quadro 19 – Oficina 2, resultados da segunda atividade

Como oportunizar que a população usufrua das riquezas naturais e culturais da cidade?		
Público	Ação	Responsável pela articulação
População vulnerável financeiramente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promover educação (ambiental e histórica, Berço da República) ▪ Gratuidade para população para levar questões culturais ao povo - transportes, entradas nos museus ou custo acessível ▪ Mobilidade ▪ Discutir questão dos migrantes e nativos (dificuldade de integração) 	Secretaria de Promoção Social
Crianças e adolescentes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conscientizar crianças nas escolas sobre os atrativos naturais e culturais ▪ Criação de espaços e centros culturais para inserção do jovem - educação patrimonial 	Secretaria de Educação
Adulto - idoso	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quebrar o tradicionalismo do ituano ▪ Forte divulgação para esse público-alvo nos meios de comunicação ▪ Resgatar o acesso desse público-alvo (pedestres) ao centro histórico 	Secretaria de Promoção Social
Toda população	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atividades de educação patrimonial e cidadania de forma lúdica, por faixa etária (criança, jovem e adulto - política de lazer nos bairros) ▪ Interagir população com patrimônio para que perceba o que lhe pertence ▪ Peças de teatro nas praças públicas falando sobre as riquezas naturais e culturais ▪ Divulgação no comércio, serviços e órgãos públicos ▪ Culinária dos exageros ▪ Proporcionar segurança, resgatar e preservar as tradições ▪ Acessibilidade ▪ Oferecer passeios aos ituanos visando levá-los a conhecer sua história ▪ Tirar o ituano de casa fazendo roteiros gratuitos ▪ Efetividade de espaços multiculturais gratuitos (teatro, <i>show</i>, etc.) ▪ Promover circuito musical e gastronômico nos bairros ▪ Atividade de educação patrimonial ▪ Criar oficinas nos bairros 	Secretaria de Lazer e Turismo
Funcionários públicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborar programas específicos para esse público-alvo com passeios turísticos gratuitos ▪ Criação de convênios com empresas de hospedagem e alimentação para oferecer descontos aos funcionários públicos ▪ Criação de <i>blog</i> para divulgar novidades, passeios turísticos, eventos etc. 	Secretaria de Administração
Comerciários e comerciantes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Divulgar a história e as riquezas de itu 	Secretaria de Desenvolvimento e Trabalho
Condomínios: moradores	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicação da cidade 	PROTUR

Fonte: Ágere, 2015.

Figura 86 – Oficina 2, resultados da segunda atividade



Fonte: Ágere, 2015.

Alguns participantes precisaram se retirar antes do término da atividade. Todos foram convidados a expressar como se sentiram com a oficina:

O processo de reflexão vai continuar e a mente vai continuar trabalhando.

Horário deveria ser durante o dia.

Não tinha ideia de que seria tão longa a oficina.

Maju é ótima facilitadora.

Deixam as pessoas bem soltas.

Precisaria de mais tempo para poder discutir melhor as ações.

A gente se sente parte daqui.

Existe pré-conceito de quem é nativo e mora em condomínio.

Deveria ser realizado ao longo do dia.

Seria importante ter o dia todo para discutir o assunto tão pertinente.

Um participante disse que gostou da postura de distanciamento para poderem vislumbrar possibilidades e outro participante mencionou que ficou sabendo às 11h30 que deveria estar na oficina às 13h30. Os participantes que ficaram até o final preencheram uma avaliação escrita, cujas médias estão apresentadas na Tabela 4.

Tabela 4 – Oficina 2, avaliação

QUANTO AO DESENVOLVIMENTO DO EVENTO	Média
Local do evento	4,6
Tempo de duração	3,1
Horário da realização	3,1
QUANTO AO CONSULTOR	
Objetividade e clareza na apresentação	4,8
Interação com os participantes	4,8
Habilidade de estimular a participação da plateia	4,9
Capacidade de sensibilizar o grupo para a importância do tema	4,9
QUANTO A CONTRIBUIÇÃO AO PDT ITU	
Contribuição para o PDT Itu	4,6
Satisfação em relação aos projetos propostos	4,2
Considera que este evento contribuiu para o enriquecimento do PDT Itu?	4,7
AVALIAÇÃO GLOBAL	
A oficina correspondeu às suas expectativas?	4,3
Média	4,4

Fonte: Ágere, 2015.

3 OFICINA 3 – EIXO 4

Dando sequência às atividades, esta oficina tinha como objetivo discutir as propostas relativas ao Roteiro dos Bandeirantes, tema do eixo 4. Contou com 14 participantes (Figura 87) e a equipe organizadora.

Figura 87 – Oficina 3, lista de presença

LISTA DE PRESENÇA - OFICINA EIXOS 4
PDT ITU - 16/06/2015

Nome	Empresa	E-mail	Assinatura
Roberta Nunes	Armação do Simão	ROBERTA@ARMAÇAOOSIMAO.COM.BR	
Sita & Genias	Hotel	sita@hoteloufip.org.br	
Reverendo Rangel	Secretaria Turista	angel@sema.sp.gov.br	
ANTONIO CARLOS SOBRETTINO	Secretaria de Turismo	turismo@itu.sp.gov.br	
Celia Toledo	PROTUR	celia@pdtu.com.br	
Marcos Vinícius de Azevedo	PROTUR/Fabrizio de Souza	marcos@pdtu.com.br	
Flávia de Azevedo	Fundo Social	flavia@fundo-social.com.br	
Cesora Waldemar	Sociedade Turismo	cesora@turismo.com.br	
Luiz Carlos Honório	SMMA	luiz@smma.com.br	
Robson M. de Azevedo	CEVUSP	robson@cevusp.com.br	
Jose ROBERTO REBELLO	GGT	prof.roberto@ggg.com.br	
Fabio Luiz Guinae	Secretaria de Turismo	FABIOGUINAE@GMAIL.COM	
Marcus Lerner	Camping Casaca	lerner@campingcasaca.com.br	
WAGNER AUGUSTINI	PROTUR	WAGNER@RANCHO.DA.PLANHA.COM.BR	

Fonte: Ágere, 2015.

Os participantes da oficina 3 estão retratados na Figura 88.

Figura 88 – Oficina 3, participantes



Fonte: Ágere, 2015.

Foram apresentados os procedimentos metodológicos realizados neste eixo (Figura 89) e o que o turista encontra quando busca informações sobre o Roteiro dos Bandeirantes (Figura 90).

Figura 89 – Oficina 3, objetivos e metodologia do eixo 4

EIXO 4 – Roteiro dos Bandeirantes

- **Objetivo:** incentivar o turismo regional, com fortalecimento e desenvolvimento do RB:
 - compartilhar esforços e boas práticas realizados pelos municípios do RB em prol da região;
 - apontar possibilidades de contribuição do RB ao turismo de Itu.



EIXO 4 – Roteiro dos Bandeirantes

- Principais atrativos e equipamentos
- Informações das cidades do RB
- Deficiências, necessidades e oportunidades do ponto de vista dos gestores
- Análise dos esforços dos municípios que trouxeram bons resultados
- Recomendação de boas práticas a serem implementadas em Itu
- Indicação de possibilidades de contribuição do RB

Procedimentos metodológicos

Fonte: Ágere, 2015.

Figura 90 – Oficina 3, Roteiro dos Bandeirantes

EIXO 4 – Roteiro dos Bandeirantes

O que o turista encontra ao buscar informações sobre o RB hoje?

Porto Feliz, Salto, Itu, Cabreúva, São Roque, Araçariquama, Piraporã do Bom Jesus, Santana de Parnaíba

EIXO 4 – Roteiro dos Bandeirantes

Localiza Reserve um Carro

Grande Marca, Grandes Oportunidades Contra os Serviços, Acesso à SBN

Home | Itu | Salto | Cabreúva | Porto Feliz | São Roque | Santana de Parnaíba | Tietê | Araçariquama | Piraporã do Bom Jesus

DESTINO CAPIRA

Atrações turísticas em Itu, Salto, Cabreúva, Porto Feliz, São Roque, Santana de Parnaíba, Tietê e Araçariquama

Brotas Eco Resort

Pousada D'Ítiza-Itanhaém

Ver Ruas por Satélite?

Fique Rico

Fonte: Ágere, 2015.

O Roteiro ainda não é considerado um produto turístico consolidado, havendo necessidade de trabalhar a oferta e as informações para a demanda (Figura 91).

Figura 91 – Oficina 3, necessidades do Roteiro dos Bandeirantes

EIXO 4 – Roteiro dos Bandeirantes

Para estruturar o RB, é necessário articulação e organização dos gestores de todos os municípios envolvidos, buscando:

- Fortalecimento da governança
- Sistematização e consolidação das informações turísticas
- Formatação de produtos turísticos relacionados aos Bandeirantes
- Criação de roteiros turísticos que possam ser realizados por viajantes independentes;
- Criação de comunicação coerente
- Atualização de material de comunicação *site*, *blog* e guias impressos.

Fonte: Ágere, 2015.

Como ainda há muito por fazer para o Roteiro dos Bandeirantes se tornar um produto turístico, o objetivo do Eixo 4 foi compreender como as boas práticas realizadas pelos municípios que o compõem podem contribuir para o desenvolvimento turístico de Itu.

Figura 92 – Oficina 3, primeira atividade

EIXO 4 – Roteiro dos Bandeirantes

Atividade 1

- Verificar boas práticas levantadas
- Discutir possibilidades de boas práticas a serem aplicadas em Itu

TEMPO: 20 minutos

Fonte: Ágere, 2015.

Os participantes foram divididos em grupos e convidados a analisar as boas práticas de turismo empenhadas pelos oito municípios, foco da primeira atividade (Figura 92 e Figura 93), e, posteriormente, elencar e priorizar as práticas que podem ser adotadas em Itu, em prol de seu desenvolvimento turístico (segunda atividade).

Figura 93 – Oficina 3, material da primeira atividade

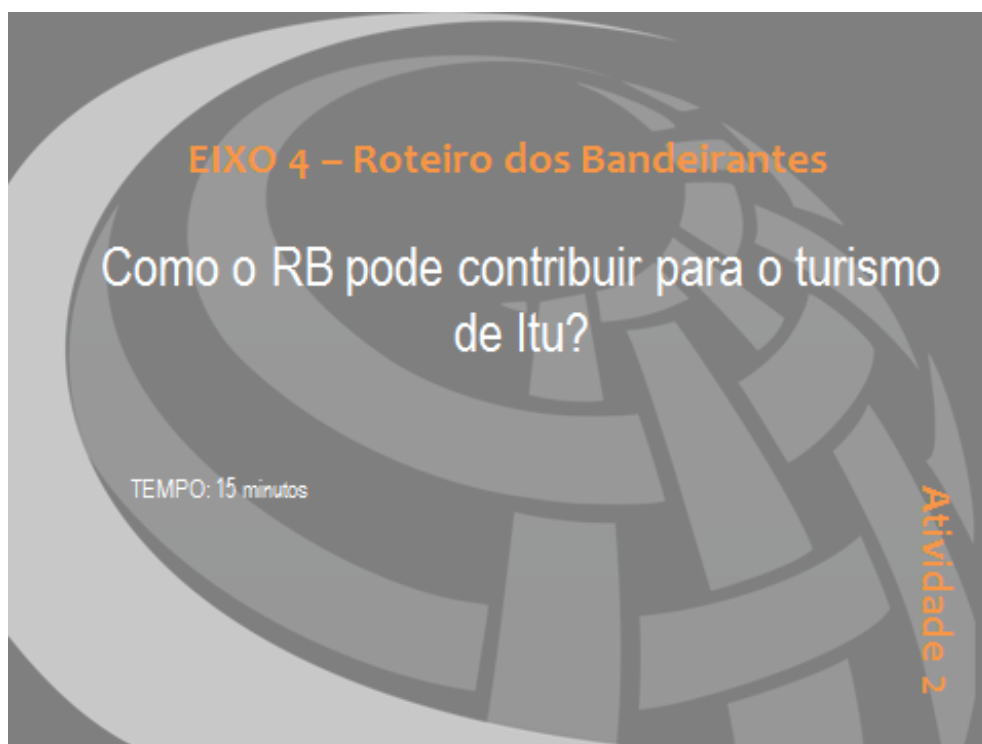
Atividade 1 – Análise do Roteiro dos Bandeirantes

Cidade	Principais atrativos	Boas práticas	Principais dificuldades	Site
Itu	Casa do Bandeirante (Chácara Rosário) Estrada Parque	Criação e atuação da PROTUR	Sensibilização da população em relação do turismo	Área específica sobre turismo, apresentando as 7 maravilhas de Itu, atrativos turísticos, agenda de eventos, patrimônios tombados e serviços disponíveis na cidade, como meios de hospedagem, alimentação e transporte.
Araçariçuama	Mina do Ouro	Organização de grandes eventos, como o Rodeio de Araçariçuama	Cidade dormitório	Área específica sobre turismo. Apresenta atrativos turísticos, meios de hospedagem e meios de alimentação. Não faz referência ao Roteiro dos Bandeirantes.
Cabreúva	Pontos de passagem dos Bandeirantes (Fazenda Guaxinduba) e centro histórico	Realização do evento "Domingo na Praça" quinzenalmente, com programação variável (música, teatro, artesanato, contação de história)	Implantar PDT e reativar COMTUR	Aponta o setor turístico como importante atividade econômica da cidade e os principais segmentos: histórico-cultural, esportes e aventura e saúde, devido à existência de alguns spas. Faz referência ao Caminho do Sol e ao Roteiro dos Bandeirantes.
Pirapora do Bom Jesus	Romarias	Planejamento e organização de eventos religiosos que atraem milhares de visitantes	Implantar PDT e reativar COMTUR	Apresenta a cidade como berço do samba paulista e destaca sua vocação para o turismo religioso. Recebe mais de duzentos mil visitantes por ano.
Porto Feliz	Realização da Semana das Monções, evento anual baseado em encenações. Prato típico	Encenações teatrais para reproduzir fatos históricos ocorridos no município Diversificação dos segmentos turísticos	Falta do COMTUR organizado e ativo	Apresenta os atrativos turísticos da cidade e relata sua história.
Salto	Atrativos que compõem roteiro pedagógico, com foco ambiental	Video institucional que apresenta o turismo em Salto Organização de diversos eventos e atividades culturais	Falta de envolvimento do trade	Há informações sobre atrativos turísticos, gastronomia, hospedagem, artesanato e um vídeo institucional do turismo no município, com as principais atrações turísticas da cidade.
Santana de Parnaíba	Patrimônio histórico	Organização de grandes eventos (Paixão, Corpus Christi, antigomobilismo)	Falta de PDT, COMTUR e de visão do trade turístico do município	Não tem informações sobre turismo.
São Roque	Roteiro rural (Roteiro do Vinho) e pista de esqui artificial	Organização e cooperação dos empresários para fortalecer o Roteiro do Vinho	Fechamento do comércio nos fins de semana	Apresenta informações sobre o turismo da cidade, áreas de alimentação, hospedagem, atrativos turísticos, lazer, cultura, roteiros, vinícolas, acesso, transporte, hospital e bancos. Não faz referência ao Roteiro dos Bandeirantes.
Tietê	Acolhimento e hospitalidade da população local	Investimento da prefeitura em grandes projetos turísticos (Rota Fluvial e Passarela Pênsil)	Falta de atrativos turísticos consolidados	Informações sobre pontos turísticos, gastronomia e hospedagem.

Fonte: Ágere, 2015.

A Figura 94 mostra a pergunta orientadora da segunda atividade da oficina 3.

Figura 94 – Oficina 3, segunda atividade



Fonte: Ágere, 2015.

Também nesta atividade foram distribuídos formulários orientadores da discussão (Figura 95). As discussões foram feitas em grupo e, na sequência, apresentadas a todos os participantes. Os resultados validados são mostrados no Quadro 20.

Figura 95 – Oficina 3, material da segunda atividade

Atividade 2 – Boas práticas do Rotelro dos Bandeirantes para serem aplicadas a Itu

Cidade	Boas práticas	Grau de prioridade (0 - 10)	Como adequar à realidade de Itu? Projetos
Araçatiguama	Organização de grandes eventos, como o Rodeio de Araçatiguama		
Cabreúva	Realização do evento "Domingo na Praça" quinzenalmente, com programação variável (música, teatro, artesanato, contação de histórias)		
Pirapora do Bom Jesus	Planejamento e organização de eventos religiosos que atraem milhares de visitantes		
Porto Feliz	Encenações teatrais para reproduzir fatos históricos ocorridos no município Diversificação dos segmentos turísticos		
Salto	Video institucional que apresenta o turismo em Salto Organização de diversos eventos e atividades culturais		
Santana de Parnaíba	Organização de grandes eventos (Páscoa, Corpus Christi, antigonalismo)		
São Roque	Organização e cooperação dos empresários para fortalecer o Rotelro do Vinho		
Tietê	Investimento da prefeitura em grandes projetos turísticos (Rota Fluvial e Passarela Pênsil)		

Fonte: Ágere, 2015.

Quadro 20 – Oficina 3, resultado da segunda atividade

Cidade	Boas práticas	Prioridade (0 - 10)	Como adequar à realidade de Itu? Projetos
Araçari-guama	Organização de grandes eventos, como o Rodeio de Araçari-guama	1	Já existe rodeio anual no cartódromo Brasil Kirin.
Cabreúva	Realização do evento "Domingo na Praça" quinzenalmente, com programação variável (música, teatro, artesanato, contação de história)	10	Existe evento Banda na Praça quinzenalmente, mas falta divulgação - pensar em agregar valor ao evento, com diversidade cultural, por exemplo exposições, diversificação do estilo de música, música de raiz, oficinas, encenações etc., ocupando as três praças, mesmo que seja uma vez por mês, mas com intensificação de divulgação. O evento Arte no Beco acontece a cada dois meses e hoje não é possível organizar mensalmente.
Pirapora do Bom Jesus	Planejamento e organização de eventos religiosos que atraem milhares de visitantes	5	Festas religiosas (Corpus Christi, Santa Rita, Semana Santa): há necessidade de divulgar melhor, com material específico para turista religioso.
Porto Feliz	Encenações teatrais para reproduzir fatos históricos ocorridos no município Diversificação dos segmentos turísticos	10	Inserir encenações no eixo histórico (música, dança, teatro) todos os meses, focadas nas comemorações (ex. República) Foco maior no Ituano. Iniciativa privada?
Salto	Vídeo institucional que apresenta o turismo em Salto Organização de diversos eventos e atividades culturais	6	Divulgar vídeo institucional de Itu ao turista, escolas, <i>trailer</i> , <i>site</i> , bancos, agências de turismo pedagógico, cinemas, mídias sociais. Alternar com vídeo do patrimônio histórico (Patrimônios Históricos de Itu, Youtube) Vídeo Terra Paulista (CENPEC)
Santana de Parnaíba	Organização de grandes eventos (Paixão, Corpus Christi, antigomobilismo)	7	Necessidade de organizar calendário de eventos do município, PROTUR em parceria com Prefeitura
São Roque	Organização e cooperação dos empresários para fortalecer o Roteiro do Vinho	8	Cooperação entre empresários do ramo gastronômico e de lazer: sugestão parceria com Associação Comercial de Itu - Bairro São Camilo. Criação de Praça de Alimentação no parque / lago (ainda não há previsão de criação do parque)
Tietê	Investimento da prefeitura em grandes projetos turísticos (Rota Fluvial e Passarela Pênsil)	10	Investimento público no Trem Republicano. Criação da Estação Cultura (PPP).

Fonte: Ágere, 2015.

Como nas outras oficinas, os participantes preencheram uma avaliação, cujos resultados médios estão retratados na Tabela 5.

Tabela 5 – Oficina 3, avaliação

QUANTO AO DESENVOLVIMENTO DO EVENTO	Média
Local do evento	4,3
Tempo de duração	3,3
Horário da realização	3,1
QUANTO AO CONSULTOR	
Objetividade e clareza na apresentação	4,3
Interação com os participantes	4,7
Habilidade de estimular a participação da plateia	4,3
Capacidade de sensibilizar o grupo para a importância do tema	4,4
QUANTO A CONTRIBUIÇÃO AO PDT ITU	
Contribuição para o PDT Itu	4,5
Satisfação em relação aos projetos propostos	4,3
Considera que este evento contribuiu para o enriquecimento do PDT Itu?	4,8
AVALIAÇÃO GLOBAL	
A oficina correspondeu às suas expectativas?	4,5
Média	4,4

Fonte: Ágere, 2015.

As sugestões foram utilizadas para elaboração dos projetos, que são apresentados na Parte III deste trabalho.

PARTE III – OS PROJETOS

Este trabalho se iniciou com um pré-diagnóstico em fontes primárias e secundárias, que serviu para definir eixos de investigação e de atuação. As pesquisas e análises realizadas (Parte I) para cada eixo de trabalho (em especial os eixos 2, 3, 4 e 6) serviram para identificar atores-chaves, que foram convidados a participar das oficinas descritas na Parte II. Esses atores, a partir do conhecimento já consolidado, priorizaram e definiram projetos de investimento turístico.

O Quadro 21 apresenta a síntese dos projetos de curto e médio prazos. Optou-se por não os dividir por eixos, uma vez que um mesmo projeto pode estar relacionado a mais de um eixo. Foram classificados por componentes, conforme a sistematização adotada pelos Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS), do Programa de Apoio ao Desenvolvimento Regional do Turismo (PRODETUR), do Ministério do Turismo: gestão ambiental, infraestrutura e serviços básicos, fortalecimento institucional, produto turístico e promoção.

Para o longo prazo, a primeira atividade da oficina 2, como descrito na Parte II deste documento, se propôs a criar uma visão de futuro, tendo em vista o ano de 2025. Os resultados foram tanto visões mais gerais, como “meio ambiente preservado”, quanto projetos mais específicos, por exemplo “roteiro noturno em funcionamento”. Optou-se por colocar no Quadro 21 também os resultados da visão de futuro criada coletivamente, indicando os eixos a que se relacionam, quando pertinente, e às vezes indicando também projetos, mesmo que sejam apenas primeiros passos para a visão de longo prazo.

Projetos priorizados em oficina e relacionados com os componentes de produto turístico e de promoção foram mais bem desenvolvidos e detalhados neste trabalho, a partir das decisões das oficinas.

Os projetos relacionados à gestão ambiental e a infraestrutura e serviços básicos não foram detalhados, uma vez que não fazem parte do escopo deste trabalho. O fortalecimento institucional é, parcialmente, objeto da Parte IV deste trabalho.

Desse modo, o Quadro 21 apresenta o componente a que o projeto se relaciona, a sugestão tal como foi dada pelos trabalhos participativos – com pequenas adequações do texto –, a oficina (O) e a atividade (A) nas quais o projeto foi sugerido, o eixo de desenvolvimento ao qual está vinculado e o nome pelo qual o projeto foi designado neste trabalho.

Quadro 21 – Síntese dos projetos

Compo- nente	Sugestão	Origem	Eixo	Programa/ Projeto	
Gestão ambiental	Meio ambiente preservado	O2, A1	Visão 2025 2 Pertencimento	-	
Infraestrutura e serviços básicos	Espaço rural estruturado para receber o turista (acessos, segurança, iluminação)	O2, A1	Visão 2025	-	
	Mobilidade para população vulnerável financeiramente	O2, A2	2 Pertencimento	-	
	Acessibilidade para toda a população	O2, A2	2 Pertencimento	-	
	Segurança e mobilidade	O2, A1/ A2	Visão 2025	-	
	Resgatar o acesso dos pedestres ao centro histórico	O2, A2	1 Centro Histórico	Requalificação do Centro Histórico	
Produto turístico	Cultura	Tradições culturais resgatadas e preservadas (história, gastronomia, música etc.)	O2, A1/ O2, A2	Visão 2025 2 Pertencimento 4 R. Bandeirantes	Resgate de tradições culturais
		Estação do Beco com atividades culturais	O2, A1	Visão 2025 1 Centro Histórico 2 Pertencimento	Atividades culturais
		Inserir encenações no eixo histórico (música, dança, teatro) todos os meses, focadas nas comemorações (ex. República)	O3	1 Centro Histórico 2 Pertencimento 3 Trabalho e renda 4 R. Bandeirantes	
		Peças de teatro nas praças públicas falando sobre as riquezas naturais e culturais	O2, A2	4 R. Bandeirantes	
		Banda na Praça	O3	2 Pertencimento 4 R. Bandeirantes 6 Promoção e divulgação	Banda na Praça
		Criação da Estação Cultura (PPP)	O3	2 Pertencimento 3 Trabalho e renda	-
	Educação	Conscientizar crianças nas escolas sobre os atrativos naturais e culturais	O2, A2	2 Pertencimento 4 R. Bandeirantes	Educação para crianças e jovens
		Promover educação (ambiental e histórica - Berço da República) para população vulnerável financeiramente			Educação para adultos
		Discutir questão dos migrantes e nativos - dificuldade de integração			
		Quebrar o tradicionalismo do ituano (disposição para novidades)			
		Atividades de educação patrimonial e cidadania de forma lúdica, por faixa etária (criança, jovem e adulto)			
		Interagir população com patrimônio para que perceba o que lhe pertence			
		Atividade de educação patrimonial			
	Efetividade de espaços multiculturais gratuitos (teatro, show etc.)		-		
	Gastronomia	Gastronomia típica e dos exageros pode ser experimentada	O2, A1	Visão 2025 2 Pertencimento 3 Trabalho e renda 4 Roteiro dos Bandeirantes	Gastronomia típica Gastronomia do exagero
		Culinária dos exageros	O2, A2	2 Pertencimento 3 Trabalho e renda 6 Promoção e divulgação	Evento gastronômico
		Criação de evento gastronômico	O2	2 Pertencimento 3 Trabalho e renda 6 Promoção e divulgação	
		Cooperação entre empresários do ramo gastronômico	O3	3 Trabalho e renda	Cooperação de empreendedores de gastronomia
	Itu à noite	Roteiro turístico noturno criado	O2, A1	Visão 2025 1 Centro Histórico 2 Pertencimento 3 Trabalho e renda	Roteiro turístico noturno
		Peças teatrais e eventos noturnos criados	O2, A1	Visão 2025	

Compo- nente	Sugestão	Origem	Eixo	Programa/ Projeto		
Itu para ituanos	Gratuidade para população vulnerável financeiramente para levar questões culturais ao povo - transportes, entradas nos museus ou custo acessível	O2, A2	2 Pertencimento	Itu com graça		
	Tirar o ituano de casa fazendo roteiros gratuitos	O2, A2				
	Elaborar programas específicos para servidores públicos , com passeios turísticos gratuitos	O2, A2				
	Oferecer passeios aos ituanos visando levá-los a conhecer sua história	O2, A2				
	Atividades de educação patrimonial e cidadania de forma lúdica, por faixa etária (criança, jovem e adulto)	O2, A2	2 Pertencimento	Itu para crianças e		
	Promover circuito musical e gastronômico nos bairros	O2, A2	2 Pertencimento	Itu nos bairros		
	Criação de espaços e centros culturais para inserção do jovem - educação patrimonial	O2, A2				
	Criar oficinas e lazer nos bairros	O2, A2				
	Criação de convênios com empresas do setor hoteleiro e gastronômico para oferecer descontos aos funcionários públicos	O2, A2	2 Pertencimento	Itu para servidores públicos		
	Criação de <i>blog</i> para divulgar novidades, passeios turísticos, eventos etc.	O2, A2	6 Promoção e divulgação			
	Outros	<i>Souvenirs</i> de Itu	-	3 Trabalho e renda	<i>Souvenirs</i> de Itu	
		Organização do calendário de eventos	O3	2 Pertencimento 4 R. Bandeirantes 6 Promoção e divulgação	Calendário anual de eventos	
	Longo prazo	Calendário de cenários temáticos lançado	O2, A1	Visão 2025	-	
		Roteiro de turismo esportivo na Estrada Parque criado	O2, A1	Visão 2025 2 Pertencimento 3 Trabalho e renda 4 R. Bandeirantes	-	
		Parque Temático dos Exageros está funcionando	O2, A1	Visão 2025 2 Pertencimento 3 Trabalho e renda	-	
		Centro de convenções construído	O2, A1	Visão 2025 3 Trabalho e renda	-	
		Investimento público no Trem Republicano	O3	4 R. Bandeirantes	-	
	Promoção	Público geral	<i>Briefing</i> de marketing para campanha promocional	O1	6 Promoção e divulgação	Identidade de Itu
			Aprimoramento <i>site</i> e aplicativo	O1	6 Promoção e divulgação	Itu digital
Divulgação do vídeo institucional			O3	2 Pertencimento 6 Promoção e divulgação	Divulgação de vídeo institucional	
Públicos específicos		Material para turismo religioso	O3	6 Promoção e divulgação	Comunicação para turista religioso	
		Divulgar a história e riquezas de Itu para comerciantes e comerciários	O2, A2	2 Pertencimento 6 Promoção e divulgação	Jornal do Turismo de Itu	
		Comunicação da cidade para condôminos	O2, A2	2 Pertencimento 3 Trabalho e renda	Comunicação para condôminos	
		Divulgação no comércio, serviços e órgãos públicos	O2, A2	6 Promoção e divulgação		
LP		Forte divulgação para adultos e idosos ituanos nos meios de comunicação	O2, A2	2 Pertencimento 6 Promoção e divulgação	<i>Blog</i> de turismo de Itu	
	Imagem consolidada como destino de eventos internacionais e de lazer de aventura	O2, A1	Visão 2025 6 Promoção e divulgação 4 R. Bandeirantes	-		

Fonte: Agere, 2015.

Legenda: O= oficina, A = atividade.

Com exceção do projeto de Requalificação do Centro Histórico (Eixo 1), cujos principais produtos são diretrizes e três planos de massa (uso e ocupação do solo, paisagem urbana e mobilidade e acessibilidade), os demais projetos são apresentados conforme o Quadro 22.

Quadro 22 – Modelo de apresentação de projetos

Componente:		Programa:
Projeto:		
Objetivo		
Justificativa		
Benefícios	Beneficiários	
.	.	
Detalhamento		
Ações		
.		
.		
.		
Custos estimados		
Eixos relacionados		
Outros		

Além do cabeçalho contendo o componente (produto turístico³⁷ e promoção, conforme escopo deste trabalho), o programa e o projeto, o modelo apresenta oito campos: objetivo, justificativa, benefícios, beneficiários, detalhamento, ações, custos estimados e eixos relacionados. Cada qual com seu respectivo propósito.

No campo “objetivo”, tem-se a meta principal do projeto, ou seja, o resultado que se almeja alcançar.

O item “justificativa” apresenta os motivos que levaram o projeto a ser executado, bem como sua relevância para o desenvolvimento turístico de Itu.

As vantagens da execução do projeto, do ponto de vista do município como um todo, são delineadas no campo “benefícios”. São resultados esperados, sendo possível que, como um desdobramento futuro deste trabalho, os benefícios sejam transformados em indicadores, de modo a possibilitar o monitoramento da implantação e execução das propostas contidas neste trabalho.

³⁷ Estão contidos no componente de produto turístico aspectos que, como argumentado ao longo deste trabalho, podem incrementar a oferta disponível para turistas, ainda que de modo secundário. É o caso de programas voltados para a população em geral ou para públicos de ituanos específicos, como servidores públicos, por exemplo. Ainda que o beneficiário direto seja o ituano, a premissa de todo este trabalho e da seleção inicial dos eixos de atuação é que um maior conhecimento das riquezas naturais e culturais do município se reflète não só no sentimento de pertencimento da população, mas também na qualidade da informação que ela pode dar ao turista.

Em “beneficiários” apresentam-se grupos que são mais diretamente favorecidos com as ações propostas.

O campo “detalhamento” considera informações adicionais que são relevantes para a execução do projeto, detalhando alguns aspectos que merecem destaque.

As “ações” especificam e organizam as etapas de execução do projeto a fim de que o seu objetivo seja atingido. Tais etapas contribuem para o planejamento e execução das atividades propostas.

A avaliação de valor para o projeto é apresentada em “custos estimados”. São ordens de grandeza, uma vez que orçamentos específicos não foram realizados. Algumas vezes, referem-se ao valor de implantação e execução, em outras são estimados apenas investimentos iniciais. Em qualquer caso, é especificado o que foi levado em conta para a estimativa.

E, por fim, o campo “eixos relacionados” reproduz o que está especificado no Quadro 21, em relação a cada projeto.

A seguir, são apresentados os projetos detalhados.

1 REQUALIFICAÇÃO DO CENTRO HISTÓRICO: DIRETRIZES GERAIS

O conjunto de diretrizes contido nesta etapa busca criar condições para a requalificação urbana do Centro Histórico de Itu, considerando sua economia, dinâmica social e cultural. Busca também ressaltar o valor simbólico do patrimônio edificado e de sua área envoltória, além de fomentar o turismo e a cultura.

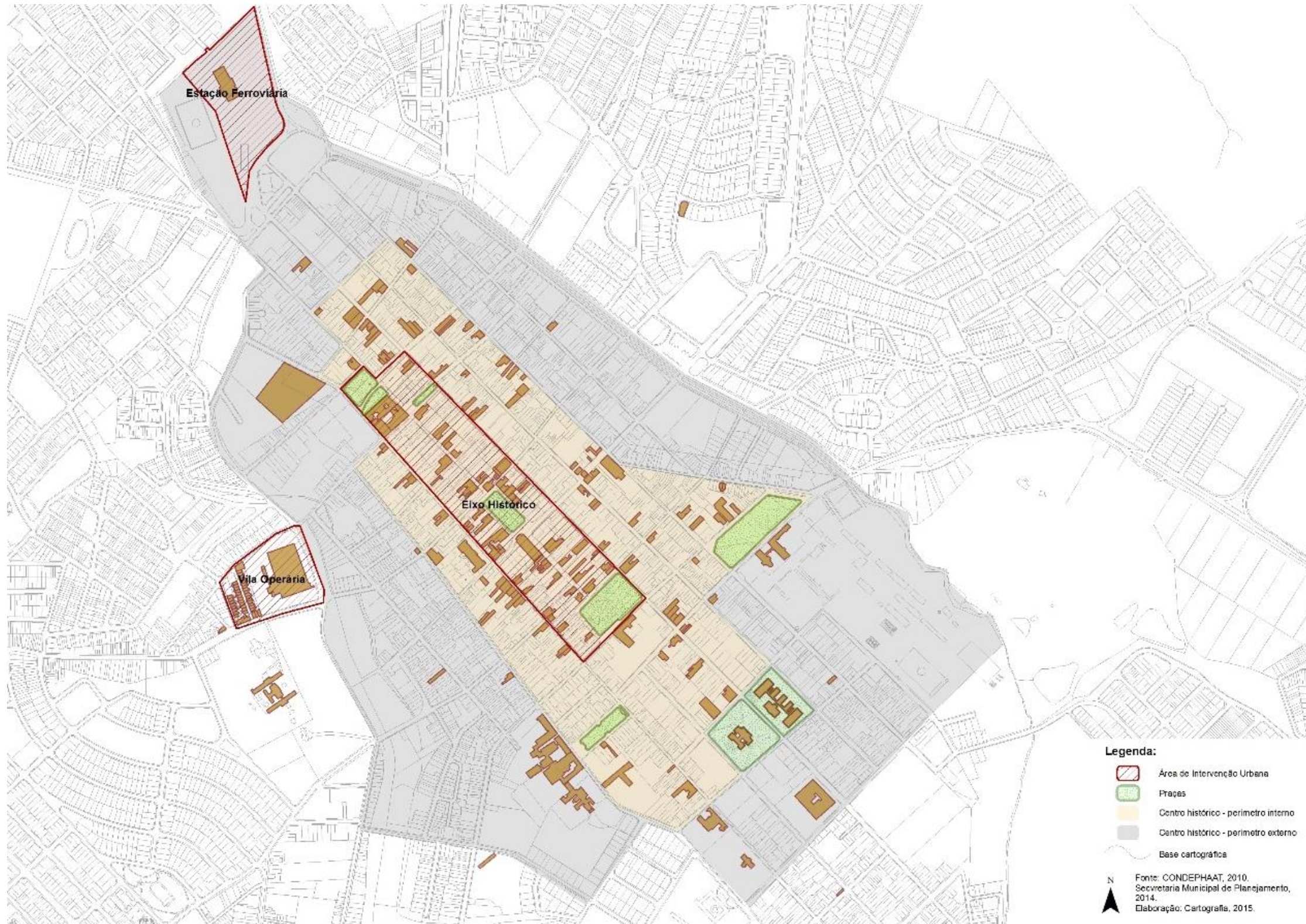
Para atingir esses objetivos, é recomendado incluir o projeto de requalificação urbana dentro de um processo mais amplo de desenvolvimento local e adotar estratégias que respeitem as condicionantes locais e os principais aspectos do território.

A definição das áreas de intervenção urbana sugeridas no presente estudo é apresentada na Parte I, que sugere a delimitação de três áreas de interesse distintas dentro do perímetro histórico: o eixo histórico, a antiga estação ferroviária e a vila operária.

As áreas de intervenção urbana correspondem aos perímetros que demandam projetos de requalificação. Indica-se que as três áreas de intervenção delimitadas sejam contempladas por um pacote de obras com ações coordenadas e com possibilidade de obtenção de recursos públicos e investimento da iniciativa privada. São áreas de intervenção, conforme Figura 96:

- AI-01 (Antiga estação ferroviária): as intervenções da área já estão contempladas na contratação da PPP para o local;
- AI-02 (Eixo Histórico): intervenções a serem definidas;
- AI-03 (Vila Operária): intervenções a serem definidas.

Figura 96 – Áreas de intervenção urbana



Elaboração: Ágere, 2015.

Em relação ao Centro Histórico, foram propostas oito diretrizes para requalificação, apresentadas dentro de três temas principais de atuação: uso e ocupação do solo; paisagem urbana e mobilidade e acessibilidade (Quadro 23). As diretrizes propostas são representadas em modelos ilustrativos e planos de massas, que indicam alterações na legislação urbanística e de ordenamento territorial.

Quadro 23 – Diretrizes gerais para requalificação do Centro Histórico

Temas	Diretriz
Uso e ocupação do solo	<ul style="list-style-type: none"> • Manutenção do uso residencial atual e coexistência com usos não residenciais • Incentivo aos usos relacionados à atividade turística • Inclusão de incentivos ambientais na Lei de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo (LPUOS) • Definição de percentual dos recursos de outorga onerosa para viabilizar intervenções
Paisagem urbana	<ul style="list-style-type: none"> • Preservação do patrimônio edificado • Redução da poluição visual • Requalificação das áreas públicas
Mobilidade e acessibilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Reordenamento do tráfego de automóveis e transporte público

Elaboração: Ágere, 2015.

1.1 USO E OCUPAÇÃO DO SOLO

O grupo de diretrizes para o tema de uso e ocupação do solo é de fundamental importância no planejamento de intervenções para o território, por ser regido pelos principais instrumentos reguladores municipais de ordenamento territorial, como o Plano Diretor e a LPUOS.

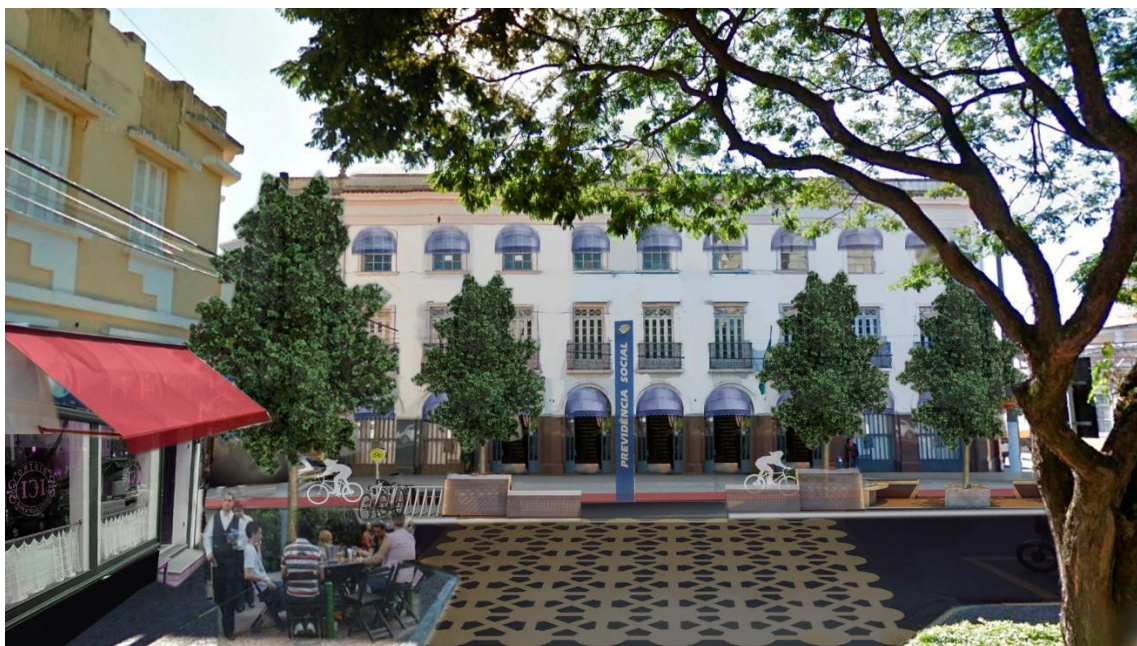
As diretrizes propostas nesse eixo são: manutenção do uso residencial; incentivo aos usos relacionados à atividade turística; inclusão de incentivos ambientais na LPUOS; definição de percentual dos recursos de outorga onerosa para viabilizar intervenções.

1.1.1 Manutenção do uso residencial atual e coexistência com usos não residenciais

Conforme demonstrado no item 1.2.4 da Parte I, 43% dos imóveis tombados pelo CONDEPHAAT são de uso residencial, sendo que uma boa parte deles está localizada no Centro Histórico.

A manutenção do uso residencial, conservando assim a população local, é condição *sine qua non* para a permanência da dinâmica social. A associação dos usos não residenciais torna-se complementar e é necessária para que não ocorram efeitos indesejáveis, como esvaziamentos em determinados horários. A população residente é responsável pela identidade local, sendo recomendável autorizar e incentivar o uso misto das edificações como forma de garantir a presença de moradores e o fortalecimento da economia local, por meio de pequenos comércios e serviços, reforçando o sentimento de pertencimento. A Figura 97 dá um exemplo de uso diversificado de espaços.

Figura 97 – Ilustração de requalificação dos espaços, com usos diversificados



Elaboração: Ágere, 2015.

1.1.2 Incentivo aos usos relacionados à atividade turística

A atividade turística já tem um papel fundamental na economia local e na dinâmica social e cultural do município de Itu. É necessário que haja incentivos, por meio de dispositivos legais, para os usos de comércio, serviços, cultura e lazer, como meios de hospedagem, lojas, bares, restaurantes, museus, bancos, serviços de informações turísticas etc.

É de grande importância a criação de instrumento de tombamento na esfera municipal, até agora inexistente, para garantir que bens de valores locais sejam preservados e destinados às atividades turísticas. Qualificado assim, o município pode ser contemplado por programas federais de requalificação de sítios históricos.

1.1.3 Inclusão de incentivos ambientais na LPUOS

Essa diretriz sugere a criação de parâmetros urbanísticos que definam regras para incentivos ambientais³⁸, como forma de requalificação do espaço urbano com maior arborização, redução das ilhas de calor, melhoria da drenagem urbana.

Os parâmetros urbanísticos são relacionados à drenagem, microclima e biodiversidade, como a taxa de permeabilidade, a criação de reservatórios para águas pluviais, a adoção de jardins verticais e coberturas verdes.

Recomenda-se ainda que a LPUOS preveja incentivos para práticas sustentáveis, como imóveis que contenham soluções de captação e reuso de águas pluviais.

O instrumento consiste na criação de uma pontuação mínima que cada lote deve atingir em todos os parâmetros urbanísticos. A pontuação é definida conforme o zoneamento, sendo obrigatório uma pontuação mínima. Os lotes com pontuação acima da obrigatória recebem incentivos determinados em lei.

³⁸ Dispositivo semelhante à Quota Ambiental, desenvolvida pela nova legislação de parcelamento, uso e ocupação do solo do município de São Paulo, ainda em processo de aprovação na Câmara Municipal. (SÃO PAULO, 2015).

A Figura 101 (p. 158) propõe cotas ambientais para a área de intervenção com a adoção de índices diferentes em sua definição, sendo a cota ambiental 1 com pontuação mais restritiva (no perímetro interno do Centro Histórico) e a cota ambiental 2 (no perímetro externo do Centro Histórico) com pontuação menos restritiva.

1.1.4 Definição de percentual dos recursos de outorga onerosa para viabilizar intervenções

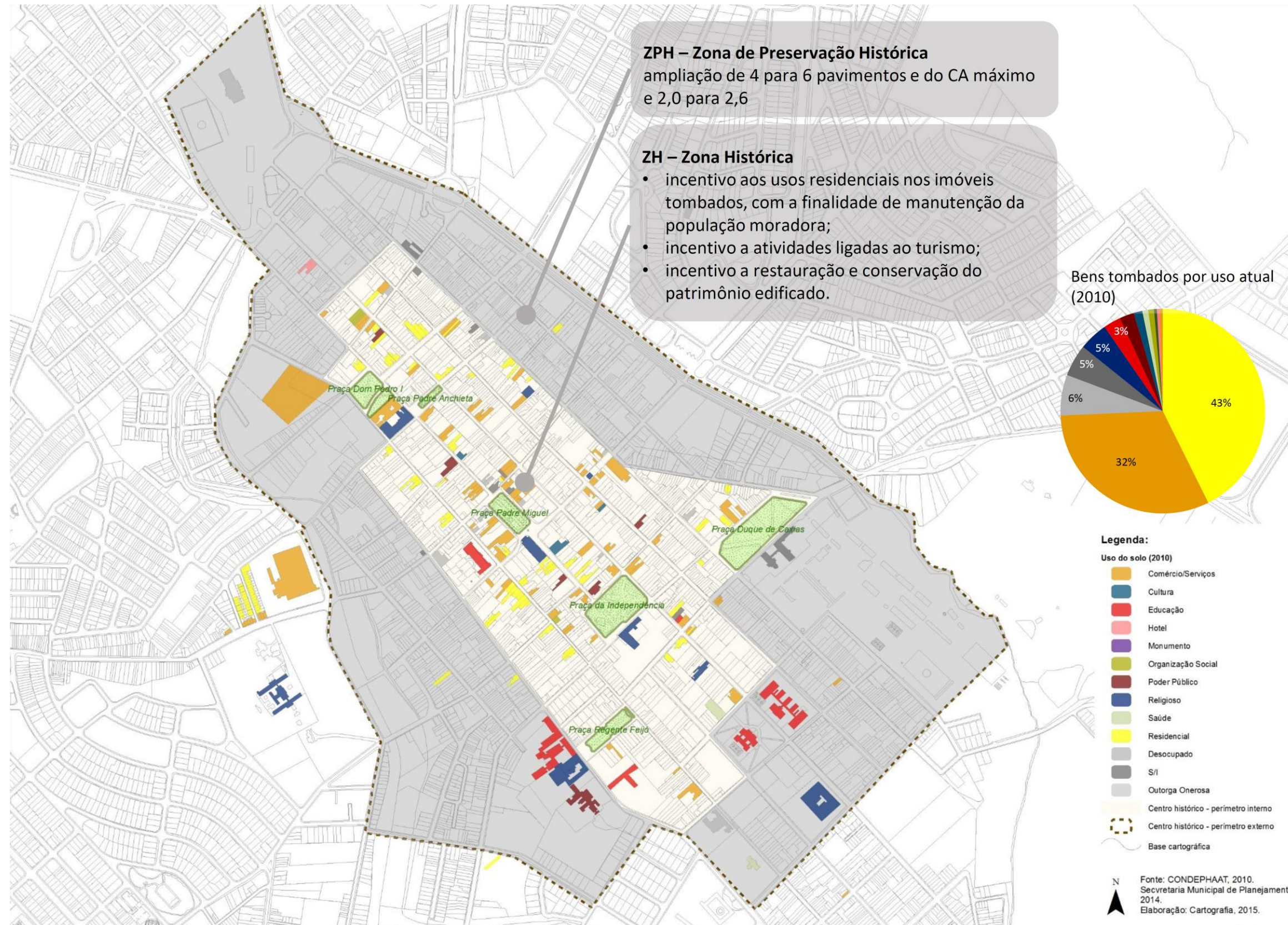
Para viabilizar recursos a fim de aplicá-los nas melhorias do território, propõe-se duas alternativas relacionadas à outorga onerosa do direito de construir.

A primeira consiste em estabelecer um percentual destinado à manutenção do perímetro histórico correspondente a ZPH (Zona de Preservação Histórica), sobre os recursos obtidos por outorga onerosa em todo o município. Essa diretriz tem seu perímetro representado no plano de massas. Atualmente, para a ZPH, está determinado que seu coeficiente de aproveitamento máximo seja 2,0³⁹. O gabarito máximo é de 3 a 4 pavimentos. A sugestão é para que se eleve o índice de forma moderada com a finalidade de aumentar a arrecadação de outorga onerosa. Uma segunda possibilidade é que os recursos obtidos por outorga onerosa no perímetro externo do Centro Histórico sejam integralmente lá aplicados.

Vale ressaltar que, para ambas as sugestões, é necessário que se faça estudos mais aprofundados que sugiram soluções adequadas que atendam às expectativas para o poder público quanto à geração de recursos, mas que também possua aderência do mercado imobiliário.

³⁹ Lei Complementar nº 2, de 14 de julho de 2010. Anexo III B, das características de aproveitamento, dimensionamento e ocupação dos lotes.

Figura 98 – Plano de massas com diretrizes para uso e ocupação do solo



Elaboração: Ágere, 2015.

1.2 PAISAGEM URBANA

Foram propostas três diretrizes no grupo de paisagem urbana: preservação do patrimônio edificado; redução da poluição visual; e requalificação das áreas públicas.

1.2.1 Preservação do patrimônio edificado

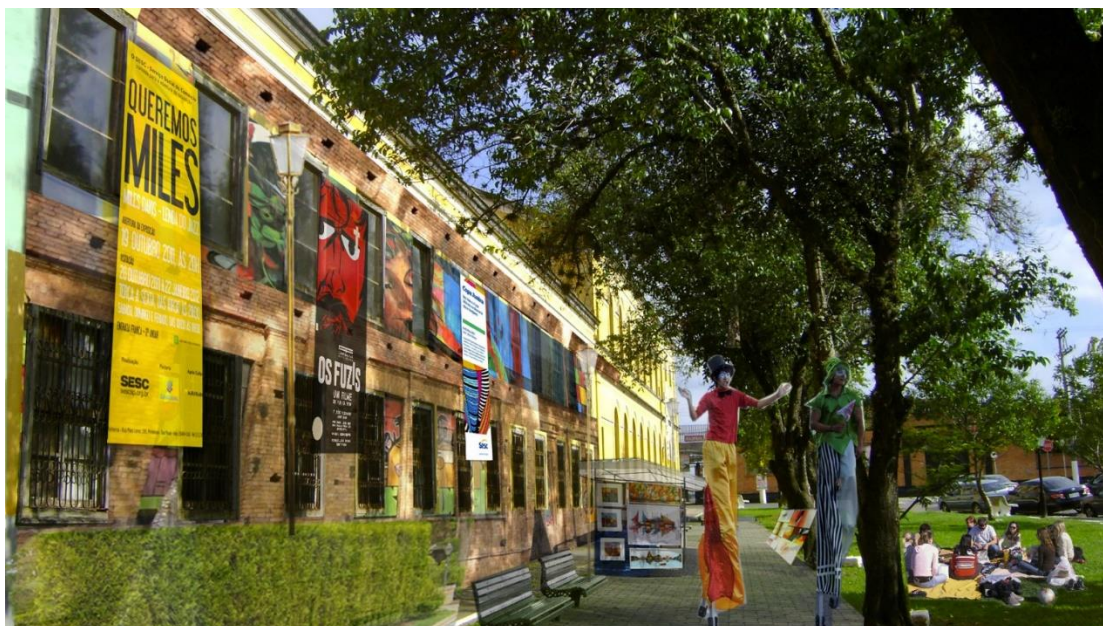
O Centro Histórico de Itu tem um acervo arquitetônico relevante para a história do estado e do Brasil. Conforme demonstrado no item 1.2.4, a Parte I, 65% dos imóveis tombados estão em bom estado de conservação. É necessária a implementação do tombamento municipal para assegurar que imóveis de importância para o município sejam conservados e requalificados, como é o caso da Tecelagem São Luiz, edifício particular que abriga um equipamento urbano de caráter cultural.

A coexistência de linguagens correspondentes a épocas distintas ocorre de forma harmoniosa, sem grandes rupturas, com exceção de dois edifícios próximos entre si, na Rua Barão do Itaim e da Praça Padre Miguel. Porém, nem todo imóvel do centro histórico conta com valor arquitetônico relevante para a cidade.

No plano de massas que ilustra este grupo de diretrizes (Figura 101, p. 158) estão demarcadas algumas áreas de transformação, que poderão abrigar novas estruturas para fomentar as atividades de turismo, adotando linguagem contemporânea, evitando simulações e referências que criem relações concorrenciais com o patrimônio edificado existente.

Vale ressaltar a preocupação com o patrimônio arquitetônico de Itu, que vem sendo ameaçado no Centro Histórico, com a demolição de construções para novos estacionamentos.

Figura 99 – Ilustração de requalificação de patrimônio edificado, com uso turístico-cultural, adotando linguagem arquitetônica contemporânea



Elaboração: Ágere, 2015.

1.2.2 Redução da poluição visual

Esta diretriz é recomendada para o perímetro histórico, entendendo-se que deva ser estendida para toda a área urbana. São propostas duas ações necessárias para sua implementação.

A primeira refere-se à criação de legislação específica que regule o padrão da comunicação visual, dos painéis e placas do comércio, das coberturas externas e *outdoors*.

A segunda ação está relacionada com a readequação da infraestrutura de fornecimento de energia elétrica, iluminação pública e demais cabearios, cujo novo tratamento deve ser subterrâneo, incluindo maior suporte para novas estruturas, como a fibra ótica. Recomenda-se ainda a adoção de iluminação pública em LED, visando otimizar o serviço e reduzir gastos públicos.

1.2.3 Requalificação das áreas públicas

Esta diretriz requer empreender esforços em três ações coordenadas:

- estabelecer regulamentação e fiscalização para manutenção da estética do calçamento, preservando a paginação original do piso;
- recuperar ou dar tratamento igual ao calçamento datado do início do século para as ruas e praças do Centro Histórico;
- elaborar e implementar projeto de arborização das principais vias, incluindo as contidas no Centro Histórico.

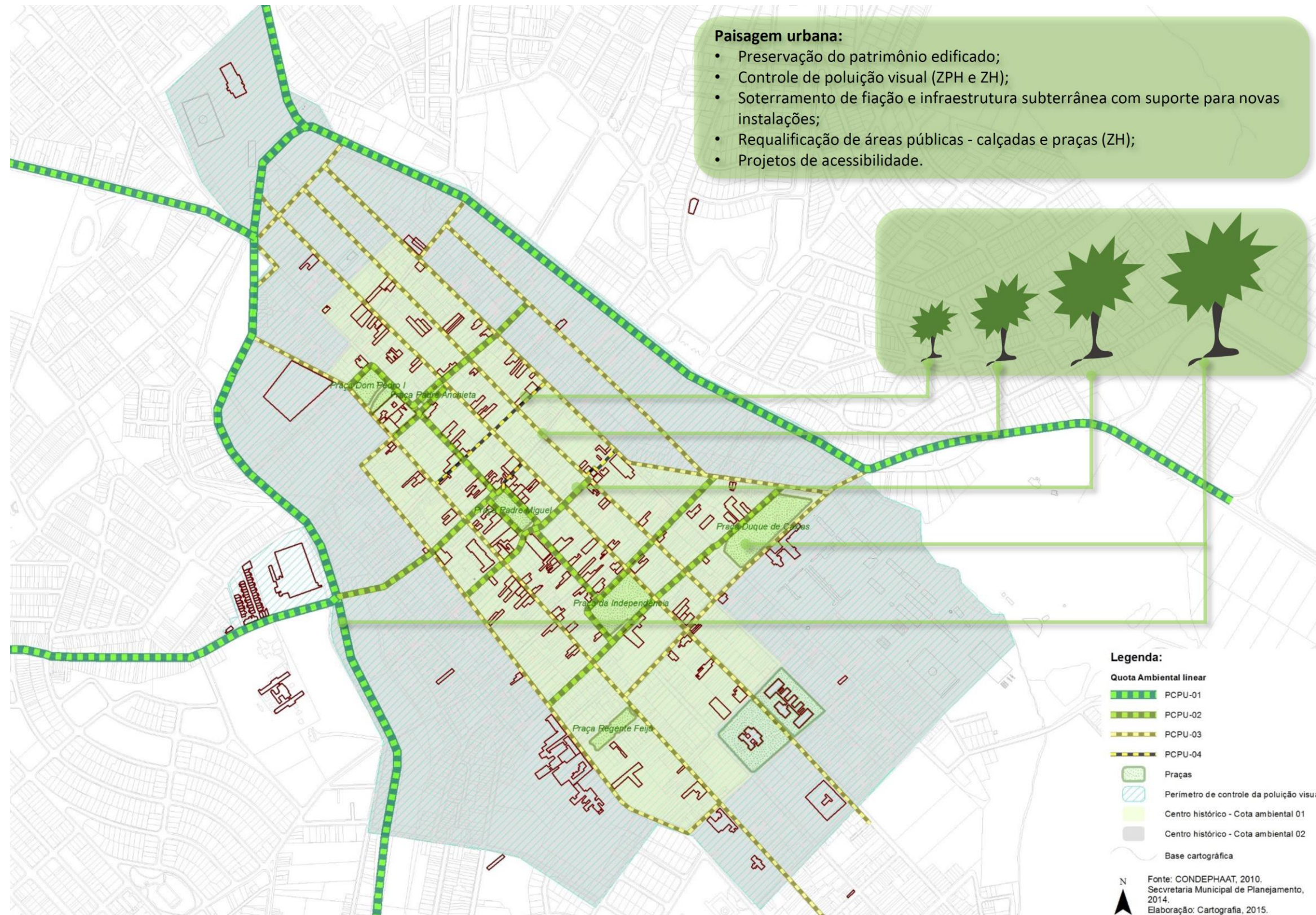
Figura 100 – Ilustração de requalificação urbana, com destaque para a arborização e a redução da poluição visual



Elaboração: Ágere, 2015.

A Figura 101 apresenta o plano de massas com proposição de projeto de arborização, requalificação de calçadas e perímetro de controle da poluição visual.

Figura 101 – Plano de massas com cotas ambientais, projeto de arborização, requalificação de calçadas e perímetro de controle da poluição visual



Elaboração: Ágere, 2015.

1.3 MOBILIDADE E ACESSIBILIDADE

Foi estabelecida uma diretriz no eixo mobilidade e acessibilidade, que demanda essencialmente a reorganização na circulação hoje estabelecida e pequena alteração estrutural, com a inclusão do modal ciclovitário, além de privilegiar o pedestre.

1.3.1 Reordenamento do tráfego de automóveis e transporte público

O sistema viário do Centro Histórico não comporta o tráfego de veículos de médio e grande porte, tampouco o carregamento excessivo do carro individual. Também tem características desfavoráveis para a circulação de pedestres e para o compartilhamento entre diferentes modais.

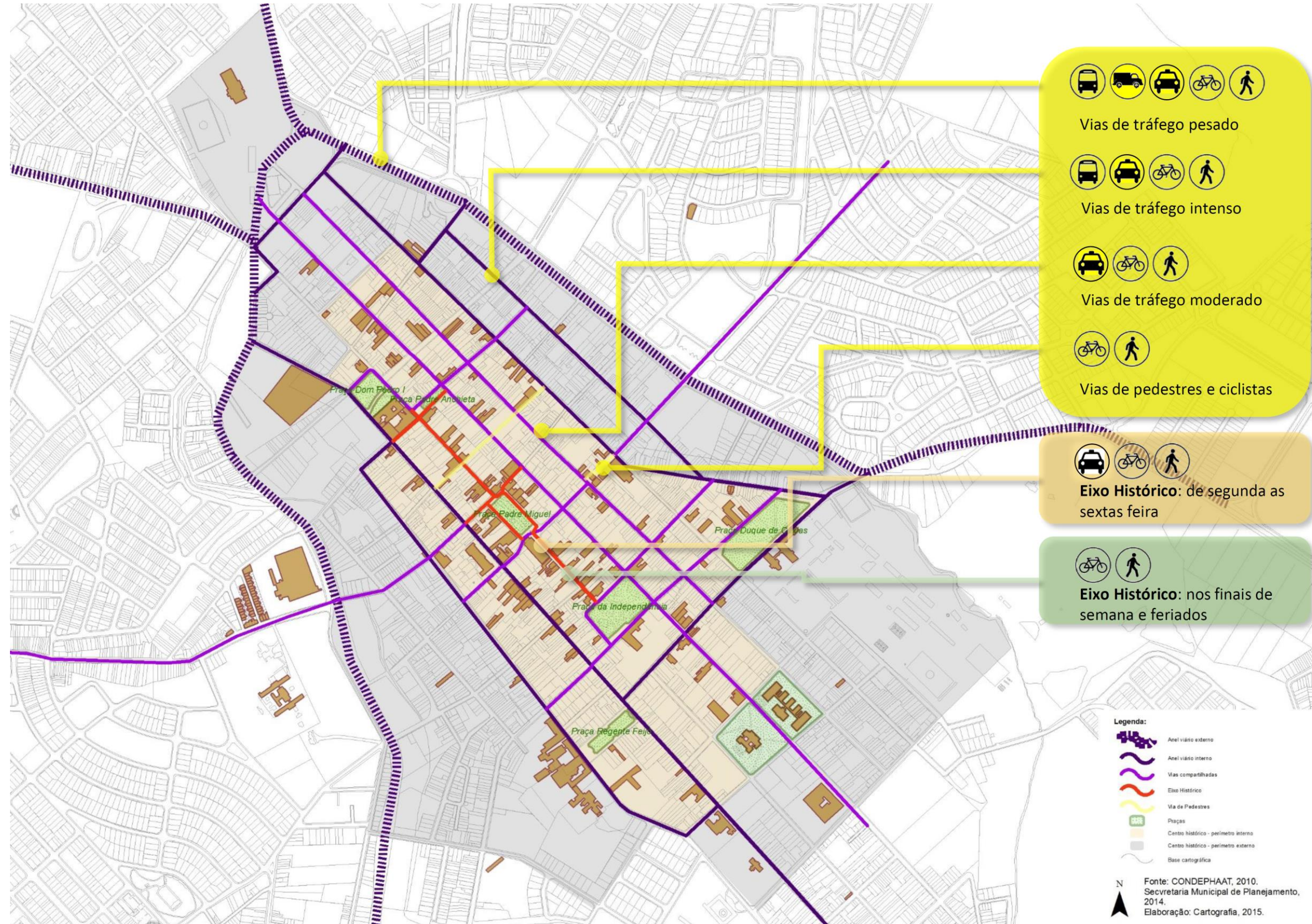
Como forma de desviar o tráfego de veículos de médio e grande portes e diminuir o carro individual nas ruas do centro, a proposta consiste na determinação de dois anéis viários, um externo e outro interno, exercendo funções específicas. O anel externo tem a função, já exercida, de desviar o tráfego pesado de automóveis de médio e grande porte. O anel viário interno cumpriria a função de reorganizar o tráfego pelas vias de maior capacidade do Centro Histórico, com a finalidade de desviá-lo das vias que compõem o Centro Histórico e reduzir danificações ao patrimônio.

A proposta também indica uma rede de vias compartilhadas, cuja diminuição do leito carroçável provê aumentos das calçadas e contribui para a provisão de espaços de compartilhamento com outras formas de mobilidade. Também pode gerar espaços para a implementação de projeto de arborização, criando também áreas de estar, com diferentes mobiliários, para a população e turistas.

É proposta também a adequação de algumas vias para o modal ciclovitário, de forma a reduzir a predominância do transporte individual e a poluição do ar, sendo mais condizente com a escala do pedestre e favorecendo a atividade turística.

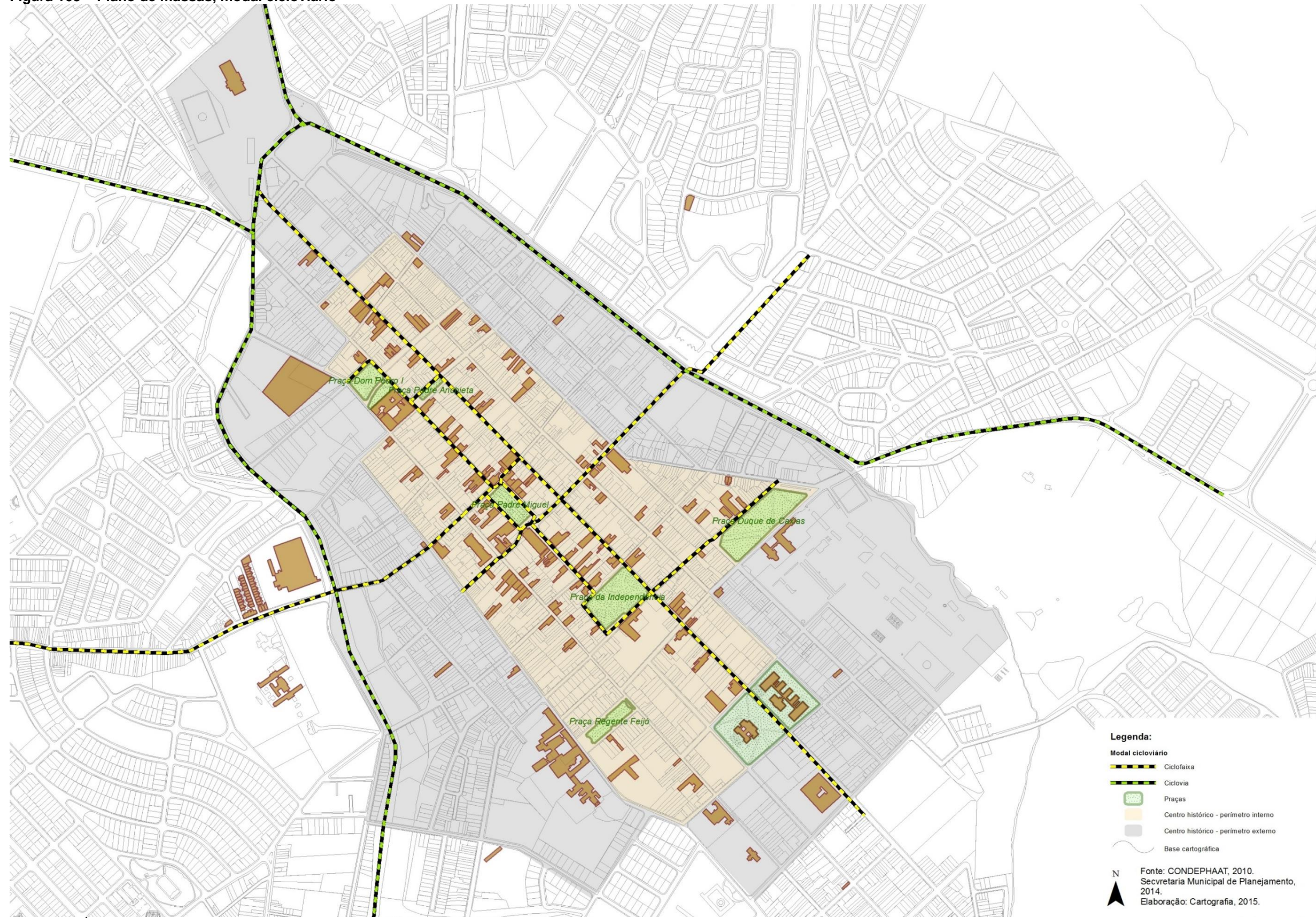
A Figura 102 apresenta o esquema de anéis viários, áreas de estacionamentos, vias compartilhadas e exclusiva de pedestres.

Figura 102 – Plano de massas com diretrizes de mobilidade



Elaboração: Ágere, 2015.

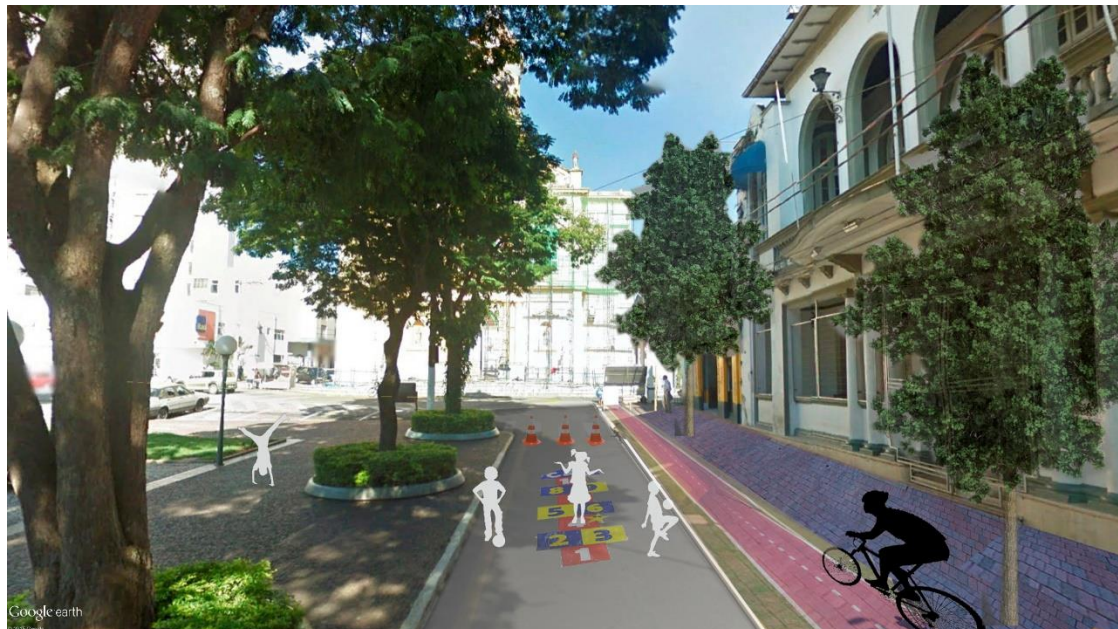
Figura 103 – Plano de massas, modal ciclovitário



Elaboração: Ágere, 2015.

A Figura 104 apresenta um modelo de requalificação urbana destacando os pontos mencionados.

Figura 104 – Ilustração de requalificação urbana, com destaque para a requalificação de espaços públicos e a integração do modal ciclovitário



Elaboração: Ágere, 2015.

O próximo capítulo trata dos projetos relacionados ao componente de produto turístico.

2 PRODUTO TURÍSTICO

A seguir são apresentados os projetos que se referem ao componente Produto turístico, de acordo com o Quadro 21. São seis programas correlacionados a este que são: Cultura e educação, Gastronomia, Itu à noite, Itu para ituanos, *Souvenirs* de Itu e Calendário anual de eventos.

Os três primeiros programas desdobram-se em um total de dez projetos. Os dois últimos têm um projeto cada, somando 12 projetos no total. Todos os projetos são resultado da sistematização das sugestões feitas nas oficinas, descritas na Parte II deste trabalho, e da análise realizada.

2.1 CULTURA E EDUCAÇÃO

O conjunto de cinco projetos deste item relaciona-se com os eixos 2 Pertencimento da população e riquezas naturais e culturais, 4 Desenvolvimento do Roteiro dos Bandeirantes e 6 Promoção e divulgação da oferta turística. De modo geral, buscam recuperar e valorizar a história, a cultura e as tradições do município de Itu.

O primeiro, Resgate de tradições culturais, é a proposta de realizar um levantamento de tradições a fim de verificar a possibilidade de estimular seu resgate. Para isso, uma consultoria especializada deve ser contratada.

O segundo projeto, Atividades culturais, propõe a realização de atividades em que ituanos são protagonistas e, ao mesmo tempo, turistas possam se interessar. Inclui atividades de música, dança, teatro, exposições, divulgando talentos e incentivando a participação e apreciação deles.

Em seguida, o projeto Banda na praça indica as principais ações para que haja um evento quinzenal capaz de aumentar a satisfação dos turistas e as opções de lazer para a população.

Os dois últimos projetos, de Educação para crianças e jovens e de Educação para adultos, fomentam o conhecimento, a valorização e o usufruto do patrimônio cultural e natural do município.

2.1.1 Resgate de tradições culturais

Componente: Produto turístico		Programa: Cultura e educação	
Projeto: Resgate de tradições culturais			
Objetivo			
Resgatar tradições culturais da cidade visando recuperar e valorizar o legado cultural do município.			
Justificativa			
O resgate das manifestações culturais de determinada localidade é uma das premissas do desenvolvimento sustentável da atividade turística. Não se trata de banalizar as características culturais locais para apresentá-las aos turistas, mas sim realizar um levantamento sistematizado de músicas, "causos", comidas e ingredientes típicos, dentre outros.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> · Resgatar tradições de e para ituanos. · Diferenciar e valorizar o turismo de Itu. 		<ul style="list-style-type: none"> · População · <i>Trade</i> turístico e comércio · Turistas 	
Detalhamento			
<p>Todo destino turístico necessita de diferenciais para obter vantagem competitiva no mercado turístico. Além dos aspectos naturais, como paisagem, clima etc., as manifestações culturais são excelentes elementos para diferenciar cidades, inclusive da mesma região. Dessa forma, o resgate do legado deixado pelos bandeirantes em Itu e por gerações mais recentes é extremamente importante para formatar novos produtos turísticos, baseados na vida ituana.</p> <p>Por outro lado, o resgate e a preservação de tradições criam identidade na população, sendo importante para os aspectos abordados no Eixo 2.</p>			
Ações			
<p>Contratar consultoria especializada ou criar grupo de estudo para:</p> <ul style="list-style-type: none"> · estabelecer metodologia para levantamento de tradições; · levantar tradições; · analisar possibilidades e prioridades de resgate; · estabelecer formas de incentivo para resgatar costumes e outros; · elaborar plano de ação. <p>A forma de execução do plano de ação depende da proposta que será apresentada.</p> <p>É importante que o plano contemple também os demais projetos do programa de Cultura e Educação e o programa de Gastronomia.</p>			
Custos estimados			
<p>Levantamento e plano de ação R\$ 60.000,00.</p> <p>Implantação: a definir.</p>			
Eixos relacionados			
<p>Eixo 2</p> <p>Eixo 4</p>			

2.1.2 Atividades culturais

Componente: Produto turístico		Programa: Cultura e educação	
Projeto: Atividades culturais			
Objetivo			
Disponibilizar, por meio de grupos culturais, encenações e atividades culturais para comemorar fatos históricos ocorridos em Itu, especificamente no Centro Histórico, de forma a oferecer experiência turística marcante aos visitantes.			
Justificativa			
O município de Porto Feliz tem tido muito êxito com a realização da Semana das Monções, com apresentação de grupo teatral, que contam os fatos históricos que aconteceram na cidade.			
As encenações teatrais são excelentes recursos para contar, de forma lúdica e prazerosa, um determinado fato ou período histórico e vem sendo utilizada em museus, fazendas históricas, praças públicas, centros culturais e etc.			
Para os visitantes significa uma melhor experiência turística no destino e, para a população, oportunidade de lazer. Além disso, se realizada de forma profissional, pode ser também uma oportunidade de gerar trabalho e renda.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> • Valorizar o Centro Histórico. • Incrementar o fluxo de turistas potenciais. • Proporcionar lazer à população. • Gerar emprego e renda. 		<ul style="list-style-type: none"> • População • <i>Trade</i> turístico e comércio • Turistas 	
Detalhamento			
A oferta de atividades culturais diversas, incluindo apresentações de música, dança, teatro, além de exposições de artes plásticas, é um grande incentivo aos grupos culturais. Itu conta com importante patrimônio histórico-cultural e a oferta de atividades culturais diversas certamente valoriza a cidade perante os moradores e visitantes.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> • Definir parceria com grupo(s) teatral(is) , musicais e de dança. • Estabelecer local, dia e horários para oferta de encenações. • Convidar e contratar artistas, atores e músicos, conforme calendário. • Fechar parcerias com locais identificados com dramatização de base histórica, por exemplo Museu da Energia. • Divulgar a programação cultural mensal em todas as mídias, visando comunicar população ituana e turistas. • Realizar pesquisa de satisfação com amostra de expectadores. • Avaliar os resultados do projeto. 			
Custos estimados			
A definir			
Eixos relacionados			
Eixo 1			
Eixo 2			
Eixo 3			
Eixo 4			

2.1.3 Banda na Praça

Componente: Produto turístico		Programa: Cultura	
Projeto: Banda na Praça			
Objetivo			
<p>Aprimorar e otimizar o evento Banda na Praça, que acontece quinzenalmente em Itu, para que funcione como mais um elemento para atrair visitantes, bem como alternativa de lazer para os ituanos.</p>			
Justificativa			
<p>A organização do evento Domingo na Praça pela Secretaria de Turismo de Cabreúva tem surtido bons resultados no que se refere à atração de visitantes, que chegam para apreciar diferentes bandas musicais, exposições, encenações etc.</p> <p>Essa prática pode ser adotada por Itu, uma vez que já existe o evento Banda na Praça, a partir de algumas melhorias no evento, incorporando, por exemplo, outras atividades culturais e intensificando sua divulgação.</p>			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar o fluxo de turistas potenciais. • Aumentar oferta de lazer dos ituanos. • Divulgar atrativos de Itu. 		<ul style="list-style-type: none"> • População • <i>Trade</i> turístico e comércio • Turistas 	
Detalhamento			
<p>É necessário agregar valor ao evento, com diversidade cultural, por exemplo com exposições, diversificação do estilo de música (como música de raiz), oficinas, encenações, artesanato etc. Seria interessante que as atividades ocupassem as quatro praças (Praça da Independência, Praça do Padre Miguel, Praça Padre Anchieta e Praça Dom Pedro I), ao menos uma vez por mês.</p> <p>Para alcançar o resultado esperado – aumento de público, de turistas e ituanos – é fundamental intensificar a divulgação do evento Banda na Praça na cidade e região.</p>			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar cronograma mensal de eventos. • Convidar artistas e artesãos para apresentar seus trabalhos durante os eventos. • Criar folheto com programação mensal para ser distribuídos em diversos pontos comerciais da cidade (restaurantes, hotéis, lojas, postos de gasolina etc.), além de postos de pedágio nas principais rodovias que dão acesso à cidade. • Divulgar a programação dos eventos no <i>blog</i> e <i>site</i> oficial da cidade. • Contar com serviço de assessoria de imprensa. 			
Custos estimados			
Execução: R\$ 10.000,00 a 30.000,00 por mês			
Eixos relacionados			
Eixo 2 Eixo 4 Eixo 6			

2.1.4 Educação para crianças e jovens

Componente: Produto turístico		Programa: Cultura e educação	
Projeto: Educação para crianças e jovens			
Objetivo			
Proporcionar instrumentos que facilitem a interpretação e o usufruto dos patrimônios natural e cultural de Itu pelas crianças e jovens das escolas públicas da cidade, visando fomentar o conhecimento da história e incentivar a sensação de pertencimento.			
Justificativa			
Há diversas maneiras de estimular o aprendizado de jovens e crianças e uma delas é por meio de atividades lúdicas e vivências, que ficam marcadas na memória.			
As crianças e jovens das classes sociais menos favorecidas nem sempre têm condições de conhecer a oferta turística da própria cidade e, quando o fazem, muitas vezes não conseguem interpretar a importância cultural ou natural de determinado local (museus, centros culturais, parques, áreas de conservação etc.).			
Nesse sentido, este projeto visa criar formas de educação para crianças e jovens carentes, tendo como objetivo último promover a valorização e o orgulho de viver em Itu.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> · Promover educação patrimonial para crianças e jovens ituanos. · Aumentar a sensação de pertencimento. · Divulgar Itu para ituanos. 		<ul style="list-style-type: none"> · População. · Turistas. 	
Detalhamento			
Há ações isoladas em escolas municipais. A formação de um grupo de trabalho para discussão, que possa promover a troca de experiências entre escolas e delas com agentes externos, pode ser o primeiro passo para criar estratégias de inserir, na educação regular, atividades de valorização do patrimônio cultural (material e imaterial) e natural da localidade.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> · Definir grupo de trabalho, com pedagogos, historiadores, turismólogos e professores. · Promover troca de experiências entre diretores e professores de escolas municipais. · Criar estratégia para formação de formadores. · Elaborar materiais didáticos contemplando patrimônio natural e cultural da cidade · Inserir atividades de educação patrimonial no calendário letivo. · Proporcionar visitas técnicas adequadas a cada faixa etária/ano letivo, contemplando museus, parques, trilhas, área rural e empreendimentos privados. 			
Custos estimados			
A definir.			
Eixos relacionados			
Eixo 2			

2.1.5 Educação para adultos

Componente: Produto turístico		Programa: Cultura e educação	
Projeto: Educação para adultos			
Objetivo			
Proporcionar instrumentos que facilitem a interpretação e o usufruto dos patrimônios natural e cultural pelos adultos ituanos, especialmente de baixa renda, visando fomentar o conhecimento e a apreciação da história da cidade.			
Justificativa			
Muitos dos ituanos desconhecem a história da sua cidade e nem têm acesso ao legado cultural ituano. É importante oferecer condições para que esse quadro seja revertido, proporcionando formas de promover a educação patrimonial, de maneira agradável.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> · Promover educação patrimonial para adultos ituanos. · Aumentar a sensação de pertencimento. · Divulgar o turismo de Itu para ituanos. 		<ul style="list-style-type: none"> · Comunidade. · <i>Trade</i> turístico. · Prefeitura Municipal. 	
Detalhamento			
Algumas ações mais específicas deste item devem estar contempladas no projeto Resgate de tradições culturais.			
Algumas ações já em curso (Museu da Música, Armazém do Limoeiro etc.) podem ser levadas à escala por meio de material audiovisual, digital e/ou impresso.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> · Criar rede de parceiros que possam promover palestras, cursos gratuitos, oficinas e contação de histórias. · Gravar e/ou registrar de outra forma material das ações acima e disponibilizá-los. · Criar campanha “Você conhece a sua cidade?” · Divulgar campanha. 			
Custos estimados			
A definir.			
Eixos relacionados			
Eixo 2 Eixo 4			

2.2 GASTRONOMIA

De acordo com a pesquisa de demanda potencial, gastronomia é, para determinado segmento, um importante motivador de viagens de lazer. Além disso, é uma oportunidade de resgate cultural e afirmação de identidade. São quatro projetos neste grupo, relacionados com os eixos 2 Pertencimento da população e riquezas naturais e culturais, 3 Envolvimento da população e geração de trabalho e renda, 4 Desenvolvimento do Roteiro dos Bandeirantes e 6 Promoção e divulgação da oferta turística. Buscam, portanto, objetivos relacionados com a qualificação do fluxo turístico e também com o envolvimento da sociedade ituana.

O projeto de desenvolvimento da Gastronomia típica objetiva resgatar e estimular a culinária tradicional, em especial a relacionada aos bandeirantes, incrementando e ampliando o fluxo de turistas potenciais e valorizando o produto turístico local.

A valorização da Gastronomia do exagero explora o tema pelo qual Itu é conhecida nacionalmente, criando oportunidades de trabalho e renda com produtos relativamente simples de confeccionar.

Eventos gastronômicos servem para despertar a atenção e o interesse dos ituanos e dos turistas pela riqueza da oferta gastronômica, destacando os dois projetos anteriores ao oferecer lazer e serviços culinários de boa qualidade.

Por fim, a Cooperação entre empreendedores do ramo gastronômico é considerada necessária para que os projetos anteriores se realizem e ter, como consequência, o fortalecimento do segmento econômico.

Nas ações sugeridas para os projetos, muitas fazem referências a aspectos descritos e analisados no Eixo 3, motivo pelo qual se recomenda sua consulta ao examinar os projetos.

2.2.1 Gastronomia típica

Componente: Produto		Programa: Gastronomia	
Projeto: Desenvolvimento da gastronomia típica			
Objetivo			
Resgatar a gastronomia típica de Itu, especificamente a relacionada aos bandeirantes e abrangendo a culinária tradicional rural, visando oferecer produto turístico adicional e autêntico aos turistas que visitam a cidade.			
Justificativa			
A gastronomia típica de um destino turístico tem maior poder de atração turística, uma vez que retrata o diferencial daquela localidade, agregando valor à experiência turística. Atualmente, os turistas buscam conhecer novos sabores e vivenciar situações que são diferentes da sua rotina. A oferta de prato típico dos bandeirantes e tradicional cria diferencial turístico para Itu e se constitui em mais um motivo para visitar a cidade. A pesquisa qualitativa de demanda potencial deu mostras de turistas de lazer que viajam com motivação gastronômica.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> · Atrair maior fluxo de turistas. · Diferenciar o turismo de Itu. · Gerar trabalho e renda. 		<ul style="list-style-type: none"> · Turistas · População · <i>Trade</i> turístico e comércio 	
Detalhamento			
A gastronomia ocupa, cada vez mais, posição de destaque na sociedade atual. Não se trata apenas de comer bem, mas também de conhecer novos sabores, novas formas de preparo e novos ingredientes. Trata-se, acima de tudo, de adquirir conhecimento, aliando-o ao prazer.			
Os pratos típicos têm grande poder de atrair visitantes, em diversos destinos nacionais e internacionais, uma vez que retratam o sabor e a alma locais. Dessa forma, é essencial que Itu, enquanto destino turístico, resgate e ofereça gastronomia típica, em parte relacionada aos bandeirantes.			
Considera-se também a possibilidade de trabalhar com pratos já conhecidos, como o filé à parmegiana, que já consta do imaginário de milhares de turistas.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> · Contratar consultoria especializada e/ou estabelecer parceria com cursos de gastronomia locais) para resgate dos pratos e ingredientes típicos (verificar possibilidade de incluir ação no projeto de Resgate de tradições culturais). · Articular com empresários dos meios de alimentação possibilidades de oferta da gastronomia típica. · Incentivar novos empreendedores na área de alimentação (em especial nos cursos ofertados, ver algumas possibilidades no Eixo 3). · Incentivar as agências de turismo pedagógico a inserir o prato típico nas suas viagens. · Buscar parceiros para criar e oferecer oficinas gastronômicas aos interessados pelo tema. · Divulgar em Itu, nas cidades do Roteiro dos Bandeirantes e demais cidades da região. · Divulgar os estabelecimentos que oferecem o prato típico em <i>blog</i>, <i>sites</i> e guias de turismo da cidade. 			
Custos estimados			
A definir.			
Eixos relacionados			
Eixo 2			
Eixo 3			
Eixo 4			

2.2.2 Gastronomia do exagero

Componente: Produto		Programa: Gastronomia	
Projeto: Gastronomia do exagero			
Objetivo			
Oferecer gastronomia do exagero, por meio de pratos, sanduíches, sobremesas, etc. que estão diretamente relacionados à imagem da cidade de Itu.			
Justificativa			
Itu é extremamente conhecida pelos exageros e essa característica a diferencia dos demais destinos turísticos. Oferecer produtos relacionados ao exagero, tais como <i>souvenirs</i> , lembranças, pratos, doces, sorvetes, lanches etc. é fundamental para reforçar a marca da cidade, além de agregar valor ao destino, por meio do seu diferencial.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar a oferta gastronômica de Itu. • Melhorar a experiência do turista. • Diferenciar o turismo de Itu. • Gerar trabalho e renda. 		<ul style="list-style-type: none"> • Turistas • População • <i>Trade</i> turístico e comércio 	
Detalhamento			
<p>Ao contrário da gastronomia típica, ligada diretamente à história da cidade, a gastronomia do exagero tem a liberdade de criar produtos que podem diferenciar a cidade e reforçar sua imagem. Nesse sentido, podem ser criados diversos itens, tais como doces, pizzas, sanduíches, pratos etc.</p> <p>Salienta-se que alguns itens podem ser criados e desenvolvidos para comercialização no atacado, a restaurantes já existentes, inclusive unindo culinária tradicional (compotas, por exemplo) a grandes embalagens.</p>			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> • Fazer pesquisa com egressos dos cursos curtos de gastronomia, visando identificar inserção no mercado de trabalho e aperfeiçoamentos possíveis de aprendizagem. • Desenvolver, em parceria com universidades e cursos de gastronomia, produtos alimentícios do exagero. • Buscar parceiros para estimular empreendedorismo da gastronomia do exagero. • Discutir e definir estratégias com parceiros. • Verificar viabilidade de espaço para ceder para a gastronomia do exagero (verificar possibilidade de <i>stands</i> na Praça dos Exageros). • Divulgar os estabelecimentos que oferecem gastronomia do exagero em <i>sites</i> e guias de turismo da cidade. 			
Custos estimados			
A definir.			
Eixos relacionados			
Eixo 2 Eixo 3 Eixo 6			

2.2.3 Evento gastronômico

Componente: Produto		Programa: Gastronomia	
Projeto: Evento Gastronômico			
Objetivo			
Criar evento gastronômico para despertar a atenção dos ituanos quanto à diversidade da oferta gastronômica da cidade e atrair turistas que apreciam a gastronomia.			
Justificativa			
<p>A gastronomia assume, cada vez mais, importante papel na vida do consumidor moderno. A pesquisa de demanda realizada na fase de levantamento de dados comprovou que há visitantes que vão a Itu para almoçar em local diferente nos finais de semana.</p> <p>Por outro lado, a oferta de vários eventos gastronômicos, desde festivais com <i>chefs</i> renomados até a gastronomia de rua, deixa claro a busca por novos sabores e novas experiências.</p> <p>Dessa forma, faz-se necessária formação de núcleo de empresários da área de alimentação fora do lar, visando a cooperação entre os empreendimentos, a criação de eventos gastronômicos e a divulgação dos estabelecimentos ituanos.</p>			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> · Aumentar o fluxo de turistas. · Melhorar a experiência dos turistas. · Diferenciar turismo de Itu. · Proporcionar opções de lazer para a população. 		<ul style="list-style-type: none"> · Turistas · População · <i>Trade</i> turístico e comércio 	
Detalhamento			
<p>A criação do evento passa pela decisão do formato e tipo de evento que pode gerar mais benefícios para a cidade. Atualmente, as formas mais comuns são: festival gastronômico, com concurso e premiação para o melhor prato/restaurante; festival específico à base de algum ingrediente típico; festival de <i>food trucks</i>, entre outros.</p> <p>A busca de patrocinadores é especialmente importante para a realização das primeiras edições do evento, e dentre as opções estão empresas ligadas aos seguintes setores: alimentos, bebidas, utensílios de cozinha, concessionária de rodovia etc.</p>			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> · Definir período e critérios para realização do evento gastronômico de Itu · Estipular o formato do evento gastronômico. · Buscar patrocinadores para o evento. · Convidar empreendimentos para participar do evento. · Divulgar o evento em Itu, nas cidades do Roteiro dos Bandeirantes e demais cidades da região. · Analisar a realização do evento e propor ajustes para a próxima edição. 			
Custos estimados			
Criação e divulgação do evento: R\$ 25.000,00			
.			
Eixos relacionados			
Eixo 2			
Eixo 3			
Eixo 6			

2.2.4 Cooperação de empreendedores de gastronomia

Componente: Produto turístico		Programa: Gastronomia	
Projeto: Cooperação entre empresários da gastronomia			
Objetivo			
Fomentar a união e a cooperação dos empreendedores do setor gastronômico de Itu, visando o fortalecimento do segmento, bem como a promoção de eventos que beneficiem os empreendimentos, a população ituana, além de atrair mais visitantes.			
Justificativa			
A cooperação entre empreendedores do mesmo segmento gera diversos benefícios aos envolvidos, tais como: incremento da qualidade dos serviços prestados, melhores condições para compra de ingredientes e equipamentos, maior poder de barganha junto aos fornecedores, troca de informações legalização da atividade etc.			
As cidades que contam com cooperativas e associações de produtores e prestadores de serviço de alimentação têm mais facilidade para criar eventos gastronômicos.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> · Agregar valor ao turismo de Itu por meio da gastronomia. · Aumentar arrecadação de impostos. · Gerar emprego e renda para a comunidade. 		<ul style="list-style-type: none"> · População · <i>Trade</i> turístico e comércio · Prefeitura Municipal. 	
Detalhamento			
Cooperar significa modificar comportamentos, abandonando preconceitos e desconfianças. Significa ainda buscar respostas coletivas para problemas que, individualmente, não se consegue resolver. Portanto, cooperar é importante por ser uma forma de alcançar objetivos comuns, além dos próprios objetivos.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> · Criar grupo de trabalho. · Elaborar plano de ação para grupo de trabalho, envolvendo, dentre outros: <ul style="list-style-type: none"> · buscar parceiros para apoiar empreendedores individuais de gastronomia; · incentivar criação de cooperativas e associações; · verificar viabilidade junto a universidades de criar incubadoras de microempresas e empreendimentos individuais; · promover reuniões de interessados em empreender; · promover reuniões de proprietários de estabelecimentos já existentes; · fomentar a criação de cooperativas e associações; · apoiar cooperativas e associações. · Executar plano de ação. 			
Custos estimados			
Recursos humanos envolvidos.			
Eixos relacionados			
Eixo 3			

2.3 ITU À NOITE

Um projeto específico foi sugerido nas oficinas descritas na Parte II, detalhado a seguir.

2.3.1 Roteiro turístico noturno

Componente: Produto turístico		Programa: Itu à noite	
Projeto: Roteiro turístico noturno			
Objetivo			
Formatar roteiro turístico noturno, criando diferencial em relação aos outros destinos turísticos, incluindo as cidades do Roteiro dos Bandeirantes e agregando valor à oferta turística de Itu.			
Justificativa			
Os roteiros turísticos noturnos não são muito comuns, mas onde são oferecidos acabam gerando grande procura, não só por parte dos visitantes, mas também pelos moradores da cidade.			
A cidade de Itu conta com belo patrimônio histórico preservado, que poderia ser percorrido à noite, com acompanhamento de guia especializado.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> • Agregar valor à oferta turística de Itu. • Ampliar oferta de lazer para ituanos. • Incrementar o fluxo de turistas. • Gerar emprego e renda. 		<ul style="list-style-type: none"> • População • Turistas • <i>Trade</i> turístico e comércio 	
Detalhamento			
A oferta de passeios noturnos normalmente se restringe às grandes cidades, que disponibilizam o tradicional <i>by night</i> (<i>city tour</i> realizado no período da noite), além de passeios a pé em áreas restritas ou de bicicleta, percorrendo áreas mais abrangentes.			
Nas cidades de pequeno e médio portes essas opções não são muito comuns. Portanto, a oferta de roteiro turístico noturno é uma forma de diferenciar a cidade enquanto destino turístico, além de criar alternativa de lazer para ituanos.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> • Definir responsável (público, privado ou terceiro setor). • Definir área que será percorrida e atrativos que serão visitados. • Negociar com gestores dos atrativos para estender horário de visitação. • Testar roteiro noturno como moradores e turistas. • Criar <i>folder</i> do roteiro. • Divulgar roteiro. 			
Custos estimados			
Pelas características do projeto e para que a iniciativa tenha continuidade, o ideal seria que fosse explorada pela iniciativa privada, comercializando-a com lucro. As instituições de turismo e o poder público deveria caber o apoio ao empreendimento.			
Eixos relacionados			
Eixo 1			
Eixo 2			
Eixo 3			

2.4 ITU PARA ITUANOS

Este programa tem quatro projetos. O primeiro é para a população em geral e se dedica a criar oportunidades para que o ituano de baixa renda usufrua de equipamentos e serviços turísticos. O segundo projeto é especificamente dedicado a servidores públicos. O terceiro, a visitas técnicas de crianças e jovens residentes em Itu em grupos acompanhados por professores de escolas públicas. O último se refere à valorização dos bairros, levando atividades culturais e de lazer mais próximas à residência da população de baixa renda.

Todos os projetos guardam estreita relação com o Eixo 2 Pertencimento da população e riquezas naturais e culturais, sendo indiretamente relacionados com o componente turístico, como já explicado.

2.4.1 Itu com graça

Componente: Produto turístico		Programa: Itu para ituanos	
Projeto: Itu com graça			
Objetivo			
A intenção é que a população local possa se apropriar das riquezas naturais e culturais do município, vivenciando-as, e se orgulhar da cidade onde vive.			
Justificativa			
A questão do pertencimento não se limita à sensibilização e visa não só “alertar” a população ituana em relação ao turismo para o desenvolvimento do setor, mas desenvolver verdadeiro sentimento de pertencimento não contribui apenas para a atividade econômica, mas para o bem-estar social. A valorização do lugar traz em si a construção da identidade coletiva e da cidadania, a proteção de ter uma raiz e de sentir que o lugar nos pertence, de cuidar e de ser cuidado.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> · Criar sentimento de pertencimento nos ituanos. · Dar a oportunidade para que serviços e equipamentos de turismo sejam incorporados ao lazer dos ituanos. · Promover a valorização do turismo de Itu pelos ituanos. 		<ul style="list-style-type: none"> · População · <i>Trade</i> turístico 	
Detalhamento			
<p>Empresários e organizações relacionadas ao turismo de Itu foram preliminarmente consultados sobre as possibilidades de receber a população local para lazer em equipamentos e atrativos turísticos, especialmente famílias de baixa renda, que têm menos oportunidades de contato com essas opções de lazer e cultura.</p> <p>A consulta inicial de disposição e disponibilidade para receber ituanos, a custo reduzido ou inexistente, foi feita com empresas do <i>trade</i> turístico indicadas pela PROTUR contemplando os seguintes empreendimentos: Armazém do Limoeiro, Brasil Kirin, Camping Casarão, Camping Carrion, Clube de Cãoampo, Espaço Fábrica São Luiz, ETEC Martinho di Ciero, Fazenda Cana Verde, Fazenda Capoava, Fazenda das Pedras, Fazenda do Chocolate, Jardineira Paulistinha, Museu da Energia, Museu da Música, Parque Maeda, Plaza Shopping Itu, Rancho da Picanha, Restaurante Bar do Alemão e Road Shopping.</p>			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> · Estruturar visitação a atrativos e empreendimentos privados, definindo: <ul style="list-style-type: none"> - quem faz as inscrições e como faz as inscrições para a população local; - quais seriam as empresas iniciais participantes; - o que pode ser oferecido para as empresas como reconhecimento (selo, certificado); - valor máximo que pode ser cobrado dos ituanos; - períodos/ calendários para visitação; - critério para aceitação de novas empresas no programa; - regulamento do programa para empresas participantes e para quem quer usufruir. · Divulgar projeto "Itu com graça" · Fazer pesquisa de satisfação com amostra de participantes para avaliar o projeto. 			
Custos estimados			
Praticamente só recursos humanos.			
Eixos relacionados			
Eixo 2			

2.4.2 Itu para servidores públicos

Componente: Produto turístico		Programa: Itu para ituanos	
Projeto: Itu para servidores públicos			
Objetivo			
Este projeto propõe parceria com empreendimentos turísticos privados de forma a criar convênios que permitam o acesso dos servidores públicos a preços especiais. A intenção é promover o uso de equipamentos e serviços turísticos, facilitando o acesso aos empreendimentos turísticos privados.			
Justificativa			
Promover a visitação e a vivência de servidores públicos nos mais diversos empreendimentos, tais como museus, parques, fazendas, pesqueiros, restaurantes, lanchonetes, aumenta suas oportunidades de lazer, ao mesmo tempo em que os leva a ter mais conhecimento das opções disponíveis a turistas.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> • Criar sentimento de pertencimento nos ituanos. • Promover a valorização do turismo de Itu pelos servidores públicos de Itu. 		<ul style="list-style-type: none"> • Servidores públicos • <i>Trade</i> turístico 	
Detalhamento			
A Escola de Formação do Servidor Público Municipal (EFOSP) e o Instituto do Legislativo Ituanos (ILI) normalmente promovem palestras e cursos para servidores públicos, visando sua capacitação.			
O presente projeto propõe a formalização de convênios com empreendimentos turísticos privados, com o intuito de facilitar e viabilizar o usufruto dessa oferta por parte dos servidores públicos. É consenso que o preço praticado pelos empreendimentos turísticos a turistas impede, muitas vezes, que a própria população possa usufruir dos serviços.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> • Designar responsável pelo projeto. • Negociar convênios com empreendimentos privados (restaurantes, atrativos turísticos rurais e urbanos, <i>campings</i>, dentre outros) para descontos e períodos em que se aplicam. • Divulgar a todos os servidores públicos. • Avaliar resultados e ampliar número de empreendimentos participantes. 			
Custos estimados			
Recursos humanos.			
Eixos relacionados			
Eixo 2			

2.4.3 Itu para crianças e jovens

Componente: Produto turístico		Programa: Itu para ituanos	
Projeto: Itu para crianças e jovens			
Objetivo			
Promover oportunidades de cultura e lazer para crianças e adolescentes de escolas públicas, visando a valorização dos aspectos locais de Itu.			
Justificativa			
Promover a visitação e a vivência nos mais diversos empreendimentos, tais como museus, parques, fazendas, pesqueiros, restaurantes, lanchonetes.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> · Criar sentimento de pertencimento nos ituanos. · Promover a valorização do turismo de Itu. 		<ul style="list-style-type: none"> · Comunidade. 	
Detalhamento			
<p>Este projeto está relacionado com o Itu com graça (para toda a população), mas se dedica especificamente a crianças e jovens que frequentam escolas públicas. As negociações de visitas a empreendimentos privados podem ser feitas junto com o projeto para toda a população, em locais que sejam adequados para esse tipo de público desacompanhado.</p> <p>Além disso, este projeto deve ser discutido com a comunidade escolar nas oportunidades previstas no projeto Educação para crianças e jovens.</p> <p>Medidas de segurança especiais devem ser previstas, bem como a autorização dos pais ou responsáveis.</p>			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> · Discutir projeto no grupo de trabalho do projeto de Educação para crianças e jovens. · Inserir atividades de lazer em equipamentos turísticos no calendário letivo. · Aproveitar estruturar de visitação a atrativos e empreendimentos privados previstas no projeto Itu com graça. · Executar e avaliar o projeto. 			
Custos estimados			
Recursos humanos.			
Eixos relacionados			
Eixo 2			

2.4.4 Itu nos bairros

Componente: Produto turístico		Programa: Itu para ituanos	
Projeto: Itu nos bairros			
Objetivo			
Oferecer programação cultural e de lazer nos bairros de Itu, para levar cultura, lazer e entretenimento para população de baixa renda.			
Justificativa			
A falta de opções de cultura e lazer nos bairros foi apontada nas oficinas. A oferta de atividades nos bairros aumenta o apreço pelo local onde se vive, e ter uma população que gosta de Itu beneficia o turismo.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> · Incentivo à percepção de pertencimento. · Promoção da cultura aos ituanos. 		<ul style="list-style-type: none"> · População. 	
Detalhamento			
A população de baixa renda nem sempre tem acesso às opções de lazer e à oferta cultural da cidade. No entanto, esses elementos são fundamentais para a formação dos cidadãos, para o seu convívio social e também para a valorização do local onde vivem.			
Assim, propõe-se a criação de eventos nos bairros de Itu, de forma que a programação seja itinerante e diversificada, contemplando atividades culturais (música, teatro, dança, artes plásticas), de lazer (oficinas, jogos, brincadeiras), gastronômicas (feiras e eventos), de forma a incentivar a inserção das crianças, jovens e adultos em atividades socioculturais e de lazer.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> · Criar grupo de trabalho responsável pela execução do projeto. · Criar programação anual e itinerante compreendendo oficinas, atividades culturais, musicais, gastronômicas e de lazer. · Realizar eventos nos bairros. · Avaliar resultados a partir da satisfação dos participantes. 			
Custos estimados			
A definir.			
Eixos relacionados			
Eixo 2			

2.5 SOUVENIRS DE ITU

O projeto de *Souvenirs*, ancorado no desenvolvimento do artesanato ituano, ao mesmo tempo em que cria oportunidades de trabalho e renda, almeja disponibilizar produtos de maior qualidade, que valorizem a lembrança de Itu.

Componente: Produto turístico		Programa: <i>Souvenirs</i> de Itu	
Projeto: Artesanato ituano			
Objetivo			
Incentivar a produção de <i>souvenirs</i> e artesanato com identidade ituana.			
Justificativa			
Turistas viajam dispostos a comprar objetos, artesanato, doces, compotas e outros itens típicos da localidade que estão visitando. Os <i>souvenirs</i> que estão à venda atualmente em Itu podem ser aprimorados e ter maior valor, sendo melhor apreciados pelos consumidores.			
A capacitação de artesãos para a produção do artesanato de identidade permitirá a geração de renda e trabalho para a população de baixa renda, ao mesmo tempo que resultará na oferta de produtos com mais qualidade.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver artesanato com identidade. • Gerar emprego e renda. • Valorizar turismo em Itu. 		<ul style="list-style-type: none"> • População • Turistas • <i>Trade</i> turístico e comércio 	
Detalhamento			
O artesanato de identidade é valorizado e apreciado pelos consumidores, pois além de retratar aspectos característicos de determinada localidade, conta com mais qualidade e valor agregado.			
Em Itu há pessoas com capacidade para a produção de itens e peças diferenciadas. A interferência de profissional especializado resulta na diferenciação dos produtos.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar parceiros para o projeto. • Identificar matérias-primas locais e tradicionais (esta ação deve se valer do projeto Resgate de tradições). • Identificar talentos locais para <i>design</i> e desenvolvimento de peças com identidade ituana (esta ação deve se valer do projeto Resgate de tradições). • Capacitar para utilização de identidade ituana, considerando exagero, rural, história e religião. • Motivar artesãos para empreendedorismo e/ou associativismo, estimulando a organização de artesãos em empreendimentos solidários. • Desenvolver novos pontos de venda de artesanato, levando em conta atrativos turísticos (Parque do Varvito, Parque Ecológico, fazendas históricas, etc.), meios de hospedagem (hotéis e campings) e alimentação (restaurantes, sorveterias, cafés, padarias etc.), estabelecimentos comerciais (lojas de <i>souvenirs</i>), dentre outros. • Divulgar. 			
Custos estimados			
A definir.			
Eixos relacionados			
Eixo 3			

2.6 CALENDÁRIO ANUAL DE EVENTOS

O projeto visa organizar uma agenda de eventos que possibilite uma melhor divulgação e, conseqüentemente, maior público para os eventos do município.

Componente: Produto turístico		Programa: Outros	
Projeto: Calendário anual de eventos			
Objetivo			
Sistematizar e organizar o calendário anual de eventos de Itu, reunindo todos os eventos que são realizados na cidade, seja pela iniciativa privada ou pelo poder público.			
Justificativa			
A falta de sistematização de todos os eventos que acontecem anualmente em Itu gera desperdício de recursos e maior desafio para divulgação. É fundamental que todos os eventos sejam inseridos em um único calendário, para que eles se complementem e não se sobreponham. Dessa forma, todos os eventos tendem a alcançar melhores resultados.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> · Otimizar a organização dos eventos. · Maximizar resultados dos eventos. · Incrementar o fluxo de participantes dos eventos (ituanos e turistas). · Aumentar arrecadação de impostos. · Gerar emprego e renda para a comunidade. 		<ul style="list-style-type: none"> · População · Turistas · <i>Trade</i> turístico e comércio · Poder público 	
Detalhamento			
A organização dos eventos privados, religiosos e também os realizados pelo poder público de forma a evitar sobreposição certamente gera melhores resultados para os realizadores, além de melhorar a qualidade dos serviços oferecidos. Assim, não há o risco de divisão de público entre eventos realizados simultaneamente, distribuindo todos os eventos ao longo do ano.			
Criar um critério com requisitos mínimos para que o evento figure no calendário oficial se mostrará necessário, para que não haja desentendimentos (por exemplo, incluirá festas juninas? de qual o porte e com quais características? festas para hóspedes de hotéis? de escolas?).			
É fundamental que os eventos sejam amplamente divulgados em <i>sites</i> , <i>blogs</i> , jornais e revistas locais etc., de forma que o público possa se programar para participar.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> · Definir responsável pela organização do calendário de eventos. · Definir critérios para evento figurar no calendário oficial. · Estabelecer e divulgar prazo e canal de comunicação com empresas e instituições que realizam eventos para figurarem no calendário. · Organizar calendário anual de eventos. · Divulgar calendário anual de eventos em <i>site</i> oficial, <i>sites</i> empresarias, <i>blogs</i>, revistas e jornais locais e outros canais. 			
Custos estimados			
A definir – divulgação.			
Eixos relacionados			
Eixo 2 Eixo 4 Eixo 6			

3 PROMOÇÃO

Os projetos, a seguir, são pertencentes ao componente Promoção. São, ao todo, quatro programas: Identidade de Itu, Itu digital, Divulgação de vídeo institucional e Públicos específicos. Todos os projetos foram desenvolvidos de acordo com as sugestões e recomendações apresentadas nas Oficinas.

Os três primeiros projetos são dedicados ao público em geral. Para públicos específicos, foram desenvolvidos quatro projetos. Todos os projetos estão relacionados ao Eixo 6, Promoção e divulgação da oferta turística. Alguns deles têm também forte relação com o Eixo 2 Pertencimento da população e riquezas naturais e culturais e o Eixo 3 Envolvimento da população e geração de trabalho.

A Identidade de Itu tem como propósito criar uma marca para Itu, a fim de garantir coerência e constância na comunicação. Este projeto deve ser o primeiro a ser realizado, e a identidade definida deve estar presente em todas as peças de comunicação.

Itu digital é o projeto proposto tendo em vista o grande número de turistas que utilizam a tecnologia para atender suas demandas. Visa obter melhorias nos conteúdos disponibilizados no *site* e aplicativo *mobile* de Itu, aperfeiçoando essas plataformas de comunicação.

A Divulgação do vídeo institucional está relacionada aos eixos 2 Pertencimento da população e riquezas naturais e culturais e 6 Promoção e divulgação da oferta turística. O vídeo já existe, mas é considerado pouco divulgado, conforme relatado na Parte II.

Em seguida, o programa de Públicos específicos atende a sugestões de comunicação pontuais que foram decididas em oficinas participativas.

3.1 IDENTIDADE DE ITU

Componente: Promoção	Programa: Público em geral
Projeto: Identidade de Itu	
Objetivo Divulgar a Estância Turística de Itu visando aumentar e qualificar o fluxo de visitantes.	
Justificativa Diante do grande número de destinos turísticos, faz-se necessário criar campanhas mercadológicas efetivas para atingir o público-alvo determinado. O <i>briefing</i> de marketing é peça-chave para que a comunicação seja feita com coerência em todas as peças, direcionando inclusive a criação da marca.	
Benefícios · Consolidar a imagem de Itu.	Beneficiários · <i>Trade</i> turístico e comércio
Detalhamento Um <i>briefing</i> de posicionamento de mercado foi construído no Eixo 6, levando em conta as pesquisas de fontes secundária, entrevistas qualitativas com turistas potenciais e análise dos dados. Posteriormente, foi discutido na Oficina 1. A intenção é traçar diretrizes para subsidiar agências de publicidade em campanhas e peças promocionais. A conclusão deste projeto é fundamental para todos os demais do componente Promoção.	
Ações Contratar serviços especializados (publicidade e propaganda) para: · aperfeiçoar <i>briefing</i> desenvolvido em Oficina. · desenvolver marca (linguagem verbal e linguagem visual).	
Custos estimados Variável	
Eixos relacionados Eixo 6	

Os principais aspectos do *briefing* discutidos foram os seguintes.

- Produto/ imagem: hospitaleira; turística; cultural; exagero; gastronomia; rural.
- Objetivo de comunicação: divulgar história; posicionar-se no mercado turístico; desenvolver o turismo regional; atrair mais turistas por meio de eventos.
- Diferenciais: exagero; localização; facilidades de acesso.
- Posicionamento: cidade do exagero; destino de lazer; história e manifestações culturais; imperdível; preparada para receber bem;
- Atributos: patrimônio (natural e cultural) preservado; gastronomia; hospitalidade; localização; experiência turística; atrativos turísticos variados; tranquilidade.
- Símbolos: orelhão; Simplício; igrejas; Centro Histórico; turismo rural; Parque Varvito; palmeiras imperiais.
- Ideias iniciais de *slogans*: Somos grandes desde sempre; Somos tudo de bom; Itu: somos esquina de São Paulo; Itu - Exagero Bom; Do tamanho de Itu; Itu Grande é Nossa História; Itu do tamanho do seu sonho.
- Cores: azul, branco e amarelo.
- Público-alvo: classe média com criança proveniente da capital.
- Mídias prioritárias: redes sociais; cadernos de turismo, Revista Viagem; TV; feiras; assessoria de imprensa.

3.2 ITU DIGITAL

Componente: Promoção		Programa: Público geral	
Projeto: Itu digital			
Objetivo			
Sugerir melhorias de conteúdo, forma e funções para o <i>site</i> oficial e para o aplicativo <i>mobile</i> de Itu, dada a importância dessas plataformas para os turistas contemporâneos, que planejam, reservam e compram suas viagens <i>online</i> .			
Justificativa			
Diversos turistas mencionaram na pesquisa qualitativa realizada que desconhecem a oferta turística de Itu. A necessidade de maior divulgação dos atrativos, atividades, passeios e equipamentos turísticos é evidente. No entanto, além de peças promocionais tradicionais, tais como guias, mapas e folhetos, é fundamental disponibilizar informações nos canais digitais, de forma a atingir o turista potencial na fase do planejamento e organização da viagem. Assim, tanto o <i>site</i> atualizado e rico em conteúdo, como o aplicativo para <i>smartphones</i> e <i>tablets</i> , são essenciais para informar sobre a oferta turística da cidade e motivar o turista a visitar a cidade.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> • Melhorar e organizar a informação sobre o destino. • Aumentar o fluxo de turistas. • Direcionar a comunicação para os públicos-alvo. 		<ul style="list-style-type: none"> • Turistas • <i>Trade</i> turístico e comércio 	
Detalhamento			
O <i>site</i> e o aplicativo devem ser atraentes e fáceis de usar. Devem retratar a identidade de Itu, que será definida pelo primeiro projeto deste programa.			
Depois de implantados, é fundamental manter atualizado o conteúdo com frequência, principalmente em relação aos empreendimentos turísticos em operação, endereços, horários de funcionamento, telefones, <i>sites</i> e outros contatos.			
Também é extremamente importante inserir fotos, vídeo e áudio na descrição da cidade em geral. A linguagem deve ser muito bem cuidada, adequada ao canal de comunicação, com textos curtos e chamativos. Não é uma plataforma para, por exemplo, entrar em detalhes sobre a história da cidade. O conteúdo deve ter a capacidade de estimular a visita a Itu e, portanto, deve ser cuidadosamente planejado.			
Se for o caso, talvez possa haver uma página separada para o usuário com interesse especial na história e em personalidades históricas.			
Algumas soluções técnicas podem ser estudadas para um melhor resultado, dentre as quais destacam-se:			
<ul style="list-style-type: none"> • oferecer solução para que o usuário possa selecionar, dentre a lista de empreendimentos turísticos, aqueles que pretende visitar. Esta facilidade permitiria que no momento do planejamento da viagem o usuário realizasse um filtro dos atrativos, restaurantes, bares, lojas, etc. que deseja conhecer, otimizando seu tempo durante a visita a Itu e com maior chance de ter boas experiências na cidade, de acordo com seu perfil. • dar opção para o turista avaliar o empreendimento no TripAdvisor ou similares, inserindo <i>link</i>. Essa alternativa é excelente para o empreendedor e ajuda a melhorar o posicionamento/ visibilidade da cidade em grandes <i>sites</i> de turismo do mundo; • fazer interface com Facebook, por exemplo para comentários, postagem de fotos etc.; o conteúdo produzido pelos próprios turistas tem mais valor. 			
Quando o aplicativo gratuito estiver pronto é fundamental fazer campanha para lançamento. A informação de <i>download</i> deverá estar em todas as peças promocionais (folhetos, <i>sites</i> , <i>fan page</i> , mapas etc. dos empreendimentos, da PROTUR e da Prefeitura).			
Outros detalhes (banco de dados e formas de acessá-lo) estão abaixo deste quadro.			

Componente: Promoção	Programa: Público geral
Projeto: Itu digital	
Ações	
<ul style="list-style-type: none"> • Definir critério para seleção dos empreendimentos que serão recomendados (haverá cobrança para empreendimentos privados?). • Contratar empresa especializada em elaboração de <i>sites</i> e aplicativos. • Elaborar o conteúdo que será disponibilizado no <i>site</i> e aplicativo. • Decidir nome para o aplicativo. • Definir ações para divulgar o <i>site</i> e aplicativo. • Contar com estratégias para bom posicionamento do <i>site</i> nos mecanismos de busca (Google). • Manter <i>site</i> e aplicativo. 	
Custos estimados	
Implantação: R\$ 25.000,00 a R\$ 50.000,00	
Manutenção: R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00 por mês	
Eixos	
Eixo 6	
Outros	
<p>Observação: o domínio www.roteirodosbandeirantes.tur.br foi comprado pela PROTUR.</p> <p>Deve ser previsto um <i>link</i> para o <i>site</i> do Roteiro dos Bandeirantes e do Caminho do Sol.</p> <p>Aprimoramento futuros podem incluir a capacidade de sugerir roteiros (1, 2 e 3 dias) por perfil do visitante.</p> <p>A inserção de Itu em outras mídias digitais deve ser considerada no médio prazo (Facebook, Twitter, Instagram etc.).</p>	

O *site* e o aplicativo devem usar o mesmo banco de dados. Todas as entradas do banco de dados devem conter, no mínimo: endereço, telefone e *site*; breve descritivo, com foto ou vídeo e áudio; dias e horários de funcionamento; e como chegar. Também é recomendável prever campos para as seguintes informações: faixa de preço; atendimento bilíngue; capacidade dos meios de alimentação; estacionamento próprio; outras informações relevantes (dados específicos); se aceita *pets*.

O banco de dados (conteúdo) deve ser acessado pelo usuário de três formas:

- por tipo de serviços ou passeios;
- por segmento de interesse;
- por perfil do visitante.

Assim, o conteúdo é organizado, além de conforme a categoria (hotéis, restaurantes, atrações etc.), também por segmento turístico: aventura, rural, cultural, ecológico, religioso e exauros. Uma terceira classificação de fácil acesso para o usuário, que aponte para os mesmos atrativos e empreendimentos, seria criada por perfil do visitante, possibilitando acessar o banco de dados de acordo com o público: famílias com crianças, grupo de amigos, casal, terceira idade, escolas etc.

Pode ser interessante prever a possibilidade de cruzamento de categorias para consultas, por exemplo, perfil dos viajantes (casal) e segmento de interesse (rural).

O Quadro 24 mostra as categorias que devem ser previstas para cada forma de acesso ao banco de dados.

Quadro 24 – Classificação do conteúdo do site e do aplicativo

Serviços e passeios	Segmento de interesse (2)	Perfil do visitante (2)
<p>SERVIÇOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meios de hospedagem (hotéis, pousadas, <i>campings</i>) • Alimentação (restaurantes, sorveterias etc.) • Compras (lojas de artesanato, antiquários, feira de artesanato) • Serviços receptivos e guias de turismo • Transporte: táxi, locadoras de automóveis, transporte público • Casas de câmbio <p>PASSEIOS (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Não deixar de ver... • Passear a pé... • Passear de bike... • Outros passeios... • Passar o dia... • Visitando empresas... • À noite... • Igrejas <p>EVENTOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rural • Aventura • Ecológico • Histórico-cultural • Exagero • Religioso 	<ul style="list-style-type: none"> • Famílias com crianças • Grupo de amigos • Casal • Terceira idade • Escolas (3) • Corporativo • Locais com acessibilidade

Notas:

(1) em PASSEIOS, a recomendação segue a seguinte lógica:

- **Não deixar de ver:** locais que são só para passar e olhar.

- **Passear a pé:** passeios a pé, por exemplo no Parque Ecológico ou no Parque Varvito, trilhas etc.

- **Passear de bike:** locais específicos que facilitam o uso do modal.

- **Outros passeios:** jardineira, trenzinho, cavalgadas etc.

- **Passar o dia:** meios de hospedagem com *day use*, locais onde vale a pena despende o dia todo.

(2) em cada segmento ou em cada perfil, devem aparecer os serviços e passeios mais adequados para o segmento/ perfil que o usuário escolheu.

(3) Optou-se por inserir escolas como um tipo de público, em vez de um tipo de segmento (pedagógico).

3.3 DIVULGAÇÃO DE VÍDEO INSTITUCIONAL

Componente: Promoção		Programa: Público geral	
Projeto: Divulgação de vídeo institucional			
Objetivo			
<p>Incentivar empresas, associações, secretarias municipais e instituições de ensino a veicular o vídeo institucional de Itu, de forma a divulgar os atrativos e equipamentos, tanto para população ituana quanto para visitantes.</p>			
Justificativa			
<p>O vídeo institucional do turismo de Itu foi criado para divulgar a cidade no período da Copa 2014. No entanto, poderia ser melhor utilizado se fosse veiculado em diversos pontos comerciais de Itu, tais como: bancos, lojas, hotéis, restaurantes, ônibus escolares, museus, atrativos turísticos, dentre outros.</p> <p>A exemplo da Prefeitura Municipal de Salto, este vídeo deveria também ficar disponível no <i>site</i> oficial do município para <i>download</i>, além de em <i>sites</i> de parceiros, como PROTUR, Associação Comercial de Itu etc.</p> <p>O conteúdo do vídeo pode incentivar a sensação de pertencimento da população ituana, além de fomentar a visitação nos atrativos turísticos da cidade.</p>			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar o fluxo de turistas. • Divulgar o turismo de Itu. • Agregar valor ao turismo de Itu. • Incentivar sensação de pertencimento. 		<ul style="list-style-type: none"> • População. • Turistas. • <i>Trade</i> turístico e comércio. 	
Detalhamento			
<p>Os vídeos institucionais têm muito êxito na promoção de destinos turísticos, uma vez que mostram atrativos e pontos turísticos, aspectos culturais e gastronômicos, artesanatos e toda a diversidade de segmentos que o local pode atender. Ao aliar imagens e sons que despertam emoções, os vídeos têm grande poder de influenciar a decisão dos consumidores, incentivando-os a visitar o destino.</p>			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> • Definir locais possíveis de divulgação do vídeo: empresas de ônibus escolares, museus, hotéis, lojas, atrativos turísticos, bancos, <i>site</i> da Prefeitura e de parceiros, postos de gasolina nas rodovias próximas, dentre outros. • Distribuir cópia do material para os parceiros. • Incentivar parceiros a veicular o vídeo com frequência. 			
Custos estimados			
Não se aplica.			
Eixos relacionados			
Eixo 2 Eixo 6			

3.4 PÚBLICOS ESPECÍFICOS

Apresentando um grupo de quatro projetos, o programa Públicos específicos se relaciona com os eixos 2 Pertencimento da população e riquezas naturais e culturais, 3 Envolvimento da população e geração de trabalho e renda e 6 Promoção e divulgação da oferta turística.

O projeto relativo aos turistas religiosos busca criar uma comunicação com linguagem apropriada e com a oferta adequada. O segundo projeto, Comunicação com condomínios, almeja estabelecer um canal de relacionamento com esse “mundo”. Para a comunicação com a área de comércio e serviços, a ideia apresentada é de um jornal que possa entreter, informar e estimular o conhecimento de Itu. Por fim, o projeto Comunicação com ituano visa a criação de um blog como forma interativa de comunicação.

3.4.1 Comunicação para turista religioso

Componente: Promoção		Programa: Público específico	
Projeto: Comunicação para turista religioso			
Objetivo			
Divulgar para consumidores que apreciam o turismo religioso a oferta turística desse segmento disponível em Itu, tais como: igrejas, festas religiosas, eventos, atividades, dentre outros.			
Justificativa			
Diversos destinos turísticos atraem milhares de visitantes interessados em eventos e atividades religiosas ou, simplesmente, na visitação de igrejas, conventos e afins, que normalmente oferecem arte, história, rituais etc.			
Nesse contexto, é importante comunicar a esse mercado a oferta disponível em Itu. Trata-se de um público-alvo numeroso e fiel, que precisa ser informado sobre eventos, atividades, festas religiosas e todo o patrimônio histórico que está disponível aos visitantes.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> • Divulgar o turismo religioso de Itu. • Divulgar festas e eventos religiosos. • Atrair maior fluxo de visitantes. 		<ul style="list-style-type: none"> • Trade turístico e comércio 	
Detalhamento			
O conteúdo pode ser organizado na forma de guia turístico, com detalhamento dos atrativos turísticos (igrejas, convento etc.), festas e outros eventos que possam interessar a esse segmento da demanda. Também deve conter endereços, telefones, horários de funcionamento, dentre outras informações importantes.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> • Contratar serviços para elaboração do conteúdo (informações, fotos etc.) do guia turístico religioso/<i>folder</i>. • Levantar, analisar e selecionar o conteúdo do guia. • Validar conteúdo. • Editar e imprimir o guia. • Lançar e distribuir o guia. • Divulgar o material para o público-alvo específico. 			
Custos estimados			
A definir (tiragem e qualidade)			
Eixos relacionados			
Eixo 6			

3.4.2 Comunicação com condomínios

Componente: Promoção		Programa: Públicos específicos	
Projeto: Comunicação com condomínios			
Objetivo			
Incentivar condôminos com segunda residência em Itu a utilizar serviços e equipamentos de turismo			
Justificativa			
<p>Proprietários e inquilinos de segunda residência em Itu são considerados um mundo à parte, de acordo com a pesquisa IBOPE (2008). Além disso, têm relativo gasto médio na localidade.</p> <p>A perspectiva é que, com algum incentivo e com mais informações, esse público possa usufruir dos equipamentos e serviços de turismo, elevando seu gasto médio e beneficiando o município em geral.</p>			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> • Geração de trabalho e renda • Aumento dos gastos de residências secundárias na cidade de Itu. 		<ul style="list-style-type: none"> • População • <i>Trade</i> turístico e comércio • Condôminos 	
Detalhamento			
Criar canal de comunicação com os condomínios de alto padrão.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar condomínios de interesse. • Identificar síndicos e subsíndicos. • Realizar entrevistas individuais sobre melhor forma de comunicação, verificando se o condomínio já possui comunicação própria com condôminos. • Caso haja comunicação própria, solicitar cessão de espaço para comunicação mensal (pode ser até na correspondência de demonstração de resultados da taxa de condomínio) • Verificar interesse/ oferecer Jornal de Turismo do projeto a seguir. • Produzir conteúdo mensal e encaminhar aos síndicos. 			
Custos estimados			
Recursos humanos para gerar conteúdo mensal.			
Eixos relacionados			
Eixo 3 Eixo 6			

3.4.3 Comunicação com comércio e serviços

Componente: Promoção	Programa: Público específico: comércio e serviços
Projeto: Jornal de Turismo	
Objetivo	
Divulgar os atrativos turísticos naturais e culturais da cidade, bem como os benefícios que a atividade turística gera para o município.	
Justificativa	
<p>A necessidade de comunicar a população ituana de uma forma geral, sobre os atrativos naturais e culturais da cidade, foi enfatizada pelos participantes das três oficinas, bem como citada por diversos atores entrevistados ao longo do processo de investigação deste trabalho.</p> <p>A criação do Jornal do Turismo de Itu, em parceria com instituição de ensino local, ajudará na disseminação da cultura turística, mostrando os benefícios que a atividade turística gera para a cidade e facilitando a percepção de pertencimento da população.</p>	
Benefícios	Beneficiários
<ul style="list-style-type: none"> · Melhorar a hospitalidade em Itu. · Divulgar o turismo de Itu. 	<ul style="list-style-type: none"> · <i>Trade</i> turístico e comércio
Detalhamento	
<p>A publicação do Jornal de Turismo de Itu, ressaltando e valorizando os atributos da cidade incentivará a sensação de pertencimento por parte dos ituanos. Ainda, o jornal deverá apresentar calendário de eventos, notícias relacionadas ao <i>trade</i>, novidades, lançamentos, curiosidades, etc.</p> <p>Trata-se de uma forma simples de mostrar à população em geral, e especificamente aos profissionais das áreas de comércio e serviços, toda oferta turística de Itu, seu diferencial, além da programação cultural e dos diversos eventos que acontecem no município.</p>	
Ações	
<ul style="list-style-type: none"> · Buscar parceria com universidade. · Definir grupo responsável pelo projeto, incluindo membros da Prefeitura Municipal, professores e alunos da área de Comunicação. · Definir editores e colunistas responsáveis. · Definir periodicidade do jornal. · Estabelecer critérios para distribuição dos exemplares. · Imprimir e distribuir. 	
Custos estimados	
A definir (tiragem).	
Eixos relacionados	
Eixo 2 Eixo 6	

3.4.4 Comunicação com ituano

Componente: Promoção		Programa: Público específico: ituanos	
Projeto: <i>Blog</i> de turismo de Itu			
Objetivo			
Divulgar para moradores de Itu, condôminos, idosos, comerciantes e servidores públicos os atrativos turísticos naturais e culturais da cidade, bem como eventos, festas religiosas, artesanato típico etc.			
Justificativa			
A comunicação com a população ituana sobre o patrimônio cultural e natural da cidade, além das festas, eventos, novidades etc. foi apontada como essencial pelos participantes das oficinas, uma vez que auxiliará na valorização da cidade, aumentando a sensação de pertencimento da população.			
Considerando que grande parcela da população está sempre conectada e acompanhando notícias e acontecimentos em diversos <i>sites</i> , <i>blogs</i> e redes sociais, este projeto trata da criação de <i>blog</i> sobre o turismo de Itu para compartilhar conteúdo relevante e atual com ituanos e eventualmente atingindo também turistas que pretendam visitar a cidade.			
Benefícios		Beneficiários	
<ul style="list-style-type: none"> · Incentivar sensação de pertencimento. · Divulgar o turismo de Itu. · Compartilhar notícias e acontecimentos do <i>trade</i>. 		<ul style="list-style-type: none"> · População · <i>Trade</i> turístico e comércio 	
Detalhamento			
O <i>blog</i> é uma das ferramentas digitais mais poderosas para compartilhamento de informação e divulgação da marca. A publicação de conteúdo original com frequência facilita a indexação da página nos mecanismos de busca, além de permitir acesso rápido ao conteúdo específico, que é muito útil para turistas que planejam viagem a Itu, bem como para atualizar a população local sobre festas, eventos e acontecimentos.			
Recomenda-se que os comentários dos leitores sejam mediados.			
Ações			
<ul style="list-style-type: none"> · Definir grupo responsável pelo projeto, incluindo membros da Prefeitura Municipal, professores e alunos da área de Comunicação. · Estabelecer parceria com universidade. · Definir linha editorial, conteúdo, cronograma de postagem e manutenção do <i>blog</i>. · Definir dos colunistas responsáveis. · Contratar <i>webdesigner</i> para criação do <i>blog</i>. · Publicar. · Divulgação do <i>blog</i>. 			
Custos estimados			
Criação do <i>blog</i> : R\$ 5.000,00 a R\$ 15.000,00.			
Eixos relacionados			
Eixo 2 Eixo 6			

PARTE IV – A GOVERNANÇA

Esta parte avalia dois importantes elementos para a realização dos projetos aqui propostos, e que foram objeto de estudo nos eixos 5 e 7: as diretrizes de desenvolvimento do turismo contidas no Plano Diretor (ITU, 2006) e os atores e instituições que se envolvem diretamente com a atividade turística.

1 PLANO DIRETOR

Os eixos de desenvolvimento do turismo propostos e estudados neste trabalho contam com respaldo do Plano Diretor de Itu. A análise do Plano Diretor mostrou um documento muito completo, que contempla a atividade turística em várias frentes. Desse modo, os quadros a seguir relacionam os eixos trabalhados neste documento com partes pertinentes do Plano Diretor, fazendo observações quando necessárias.

O Eixo 4, relativo ao Roteiro dos Bandeirantes, não tem rebatimento, como era de se esperar, no Plano Diretor. Nesse sentido, talvez seja interessante uma tramitação legislativa específica para este tema – e, inclusive, uma análise específica das vantagens e desvantagens da constituição formal de um consórcio intermunicipal para cuidar dos interesses comuns relativos ao Roteiro.

O Eixo 5 será mencionado no segundo capítulo desta Parte IV.

Os demais Eixos são contemplados de maneira satisfatória pelo Plano Diretor. O Quadro 25 mostra pontos relevantes do Plano Diretor relacionados ao Eixo 1 deste trabalho.

Quadro 25 – Plano Diretor e Eixo 1: Requalificação urbana do Centro Histórico

Título	Capítulo	Art.	Descrição	Observação
I Conceito, finalidade, princípios, objetivos gerais e diretrizes	II – dos Princípios fundamentais	3	O Plano Diretor da Estância Turística de ITU é fundamentado nos princípios da: IV - proteção e desenvolvimento econômico do patrimônio histórico, arquitetônico, cultural , ambiental e ecológico.	O Plano Diretor reafirma, em vários momentos, a importância do patrimônio de Itu.
		9	O Plano Diretor Participativo [...] se fundamenta e alicerça em quatro pilares fundamentais: [...] II - DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, composto pelas áreas da indústria, do comércio, da prestação de serviço, [...] da incorporação do patrimônio arquitetônico como agente econômico e turismo ;	A reutilização de bens tombados é frequentemente discutida em planos de requalificação de centros históricos.
	IV – dos Objetivos gerais	11	São objetivos gerais deste Plano Diretor [...]: I - promover a qualidade de vida urbana e ambiental através de programa de ação estratégica, possibilitando a criação e preservação de espaços públicos planejados, a recuperação ambiental e manejo adequado dos recursos naturais, a redução das desigualdades territoriais, a promoção do ordenamento territorial [...]; V - induzir a utilização de imóveis não edificadas, subutilizados e não utilizados; VII - definir formas de gestão do patrimônio histórico, cultural, arquitetônico, ambiental e ecológico, através de mecanismos e instrumentos para sua preservação, promoção e utilização; IX - disciplinar a paisagem urbana, assegurando o equilíbrio visual [...], favorecendo a preservação do patrimônio arquitetônico , cultural e ambiental urbano e garantindo ao cidadão a possibilidade de identificação, leitura e apreensão da paisagem e de seus elementos constitutivos, públicos e privados; X - implementar áreas de lazer e parques públicos em áreas ociosas; XV - atender às necessidades de transporte e mobilidade da população, melhorar a circulação e o transporte, dentro e fora do seu perímetro urbano [...]; XXV - promover a integração e o desenvolvimento da cultura e do turismo ;	Objetivos pertinentes ao processo de requalificação urbana.
II do Ordenamento territorial	I – das Diretrizes e estratégias do ordenamento territorial	4	A função social da cidade [...] corresponde ao: II - direito à terra urbanizada, à moradia digna, ao saneamento ambiental, à infraestrutura e serviços públicos, ao transporte coletivo, ao trabalho, à cultura, ao lazer , à memória e ao meio ambiente preservado e sustentável.	Essa diretriz implica em compactuar o diálogo entre tombamento e função social da propriedade, visando o não "congelamento" do imóvel pelo processo de tombamento.
		7	O patrimônio histórico , arquitetônico, cultural e as áreas de significado ambiental-ecológico serão protegidos com a adoção de procedimentos de fiscalização, manutenção e qualificação , de modo a que os cidadãos possam deles usufruir sem prejuízo para a coletividade.	Medidas necessárias à conservação.
		12	XI - a garantia da preservação de áreas de interesse ambiental, histórico, arquitetônico, turístico e cultural ;	Mais uma vez, a preocupação do Plano Diretor com o patrimônio histórico é manifestada. Isso ocorre ao longo de todo o texto.

Título	Capítulo	Art.	Descrição	Observação
II do Ordenamento territorial	I – das Diretrizes e estratégias do ordenamento territorial	13	Para a realização das diretrizes da Política de Uso e Ocupação do Solo deverão ser adotadas as seguintes ações estratégicas: VII - criar estruturas de apoio, como terminais de passageiros e estacionamentos; IX - revitalizar o centro histórico e preservar os imóveis tombados com restauração do conjunto arquitetônico do centro, incentivando sua ocupação; XII - criar mecanismos de incentivo para a preservação dos imóveis de interesse histórico-cultural e ambiental-ecológico;	Essa é a principal diretriz que embasa o plano de massas do projeto conceitual de requalificação do Centro Histórico.
III da Cultura	II – do Sistema viário, do transporte e da mobilidade	20	Para a consecução da política de transporte e mobilidade urbana [...]: II - elaborar o Plano Diretor de Transporte e Mobilidade Urbana, no prazo máximo de 2 anos [...], envolvendo o planejamento do Sistema Viário, sinalização horizontal e vertical e o programa de sinalização semafórica inteligente [...];	Uma proposta completa de requalificação do Centro Histórico deve envolver reconversão urbana e reorganização do tráfego.
	VII – do Lazer	50	A política de lazer do município deverá otimizar o aproveitamento dos espaços existentes nas áreas urbanas; agregar novos espaços, atendendo às funções de recreação e lazer, conferindo especial atenção às grandes glebas desocupadas; estabelecer critérios para localização, dimensionamento e tratamento paisagísticos na adoção de um sistema de áreas verdes, capaz de atender à demanda de recreação e lazer de todas as faixas etárias e melhoria de qualidade ambiental; localizar preferencialmente áreas verdes em várzeas, fundos de vales e encostas, com cobertura vegetal significativa.	O Centro Histórico deve servir não só ao turista, mas também a população do município.
		51	Para a consecução destes objetivos [...]: II - as atividades de lazer deverão estabelecer formas e critérios de aproveitamento dos espaços existentes [...]; III - dotar equipamentos diferenciados de lazer e turismo [...], através da implantação de Parques Lineares ao longo dos córregos existentes; IV - ampliar arborização adequada [...]; V - construir praças, revitalizar as áreas verdes, as áreas de lazer existentes e os passeios públicos de pedestre [...].	
IV do Desenvolvimento econômico	I – da Política de desenvolvimento econômico	36	A política do desenvolvimento econômico do município deverá [...] Promover o estímulo à geração de trabalho e renda, o fomento ao desenvolvimento econômico da cidade de Itu para os setores da indústria, comércio, serviços, do patrimônio histórico arquitetônico , do turismo e comércio exterior, visando à dinamização do potencial econômico, o estímulo à geração de emprego, à democratização das oportunidades de empreendimentos, apoiada no princípio da sustentabilidade ambiental.	O patrimônio histórico-arquitetônico é mencionado no contexto de geração de trabalho e renda.
		37	Para a consecução destes objetivos [...] seguintes diretrizes: VIII - dinamizar a capacidade econômica de forma articulada entre a atividade industrial, prestação de serviço, comercial e agrícola e as atividades culturais, turísticas e de preservação do patrimônio histórico arquitetônico ; X - padronizar e remodelar, em parceria com a iniciativa privada, a comunicação visual, o sistema de informações e a sinalização da cidade, com relação à prestação de serviços, o comércio, o lazer, o turismo e o patrimônio histórico arquitetônico ;	

Título	Capítulo	Art.	Descrição	Observação
IV do Desenvolvimento econômico	III – do Turismo	44	<p>Para a implementação [...] deverão ser adotadas as seguintes ações [...]:</p> <p>I - adequar e possibilitar acesso para portadores de necessidades especiais em todas as dependências turísticas;</p> <p>III - buscar parceiras com a iniciativa privada para recuperação das edificações degradadas;</p> <p>VI - promover campanha de incentivo e valorização de negócios, visando à recuperação de edificações, a revitalização de fachadas, ruas, praças, equipamentos coletivos e vilas, por meio de restaurações ou tratamentos, procurando adaptá-las a novas funções;</p> <p>VIII - qualificar e gerar acessibilidade aos locais definidos como de especial interesse turístico;</p> <p>XI - elaborar projeto de restauração da Igreja Matriz;</p> <p>X - criar Central de Informações Turísticas do Município, com a identificação e promoção dos pontos potenciais turísticos;</p> <p>XV - restaurar Casa da Cultura, em parceria com a Fundação Estadual de Energia e Saneamento do Estado de São Paulo;</p> <p>XVI - transformar e ou utilizar espaços ociosos, procurando revitalizá-los e aproveitá-los;</p>	<p>A Central de Informações Turísticas do município não foi desenvolvida neste trabalho pela falta de indicação do local..</p> <p>O cuidado com as fachadas também é previsto nesses itens selecionados do Plano.</p>
V do Desenvolvimento social e cidadania	III – da Cultura	62	<p>Para [...] cultura deverão ser as observadas as seguintes diretrizes:</p> <p>IV - manter os elementos que estabelecem raízes para a sociedade local e que, portanto, definem realizações e garantem estruturas de identificação dos cidadãos com a sociedade local e o seu espaço, garantindo o acesso da população [...]. Os que nasceram e cresceram no lugar merecem a mesma garantia daqueles que migraram e não possuem raízes tão fecundas;</p>	Espaços de manifestação cultural como identidade da população são ressaltados.
		63	<p>Para [...] cultura [...]:</p> <p>I - ampliar o conceito de Casa de Cultura, para o Espaço Cultural Almeida Júnior;</p> <p>II - ampliar o espaço físico do Arquivo Histórico Municipal - MAHMI;</p> <p>III - celebrar convênios de parceria e cooperação com instituições públicas ou privadas para instalação de equipamentos culturais de excelência, tais como Teatro Municipal, que sejam locais que possibilitem apresentações artísticas [...];</p> <p>VIII - implantar Centro Cultural Municipal, no centro histórico, e implantar Centros Culturais descentralizados;</p> <p>XI - implantar Museu da Cidade;</p> <p>XIV - implementar Pinacoteca Municipal;</p> <p>XVII - manter e ampliar a Biblioteca Pública;</p> <p>XIX - reconstituir o Museu de Arte Sacra;</p> <p>XX - reconstruir conceito de cultura para a sociedade, seus representantes e às lideranças culturais;</p>	
VII do Macrozoneamento	II – da Divisão territorial das macrozonas [...]	89	<p>As MACROZONAS DE URBANIZAÇÃO I e II subdividem-se em:</p> <p>I - Setor Especial de Interesse Histórico, Cultural, Ambiental e Arquitetônico, cujo perímetro, delimitado em mapa, coincide com o da operação urbana centro histórico e que compreende o Centro Histórico e engloba o Parque do Varvito;</p>	O macrozoneamento corrobora com a ideia de requalificação do Centro Histórico com a finalidade da preservação dos bens tombados e da dinamização socioeconômica.

Título	Capítulo	Art.	Descrição	Observação
VIII dos Instrumentos da política urbana	III – da Outorga onerosa do direito de construir	90	Para a promoção, planejamento, controle e gestão do desenvolvimento urbano, serão adotados, dentre outros, os seguintes instrumentos de política urbana, conforme a Lei Federal 10.257, de 10 de julho de 2001, Seção I, artigo 4º.: IV - tombamento de imóveis ou outro elemento importante para a memória e a cultura da cidade de Itu;	O tombamento impede que o imóvel seja demolido, porém, seu potencial construtivo pode ser transferido de local, conforme a referida lei (Lei Federal nº 10.257/2001).
		96	§ 2º As Zonas de Preservação Ambiental estão excluídas da adoção da outorga onerosa do direito de construção e o Centro Histórico;	Se referem às praças e áreas verdes públicas.

Fonte: Itu, 2006 (grifos nossos); elaboração própria.

Em relação ao Eixo 2, Pertencimento da população e riquezas naturais e culturais, o Quadro 26 aponta os aspectos relevantes e faz algumas observações.

Quadro 26 – Plano Diretor e Eixo 2: Pertencimento da população e riquezas

Título	Capítulo	Art.	Descrição	Observação
I Conceito, finalidade, princípios, objetivos gerais e diretrizes	IV – dos Objetivos gerais	4	A função social da cidade [...] corresponde ao: II - o direito à terra urbanizada, à moradia digna, ao saneamento ambiental, à infraestrutura e serviços públicos, ao transporte coletivo, ao trabalho, à cultura, ao lazer , à memória e ao meio ambiente preservado e sustentável.	A cultura e o lazer da população local é constantemente uma preocupação do Plano Diretor.
		7	O patrimônio histórico, arquitetônico, cultural e as áreas de significado ambiental-ecológico serão protegidos com a adoção de procedimentos de fiscalização, manutenção e qualificação, de modo a que os cidadãos possam deles usufruir sem prejuízo para a coletividade.	
II do Ordenamento territorial	I – das Diretrizes e estratégias [...]	12	A política do desenvolvimento urbano, ambiental e rural do município deverá ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade, com sustentabilidade ambiental, garantindo o bem estar e a qualidade de vida de seus cidadãos [...]	
III da Cultura	VII – do Lazer	50	A política de lazer do município deverá otimizar o aproveitamento dos espaços existentes nas áreas urbanas; agregar novos espaços, atendendo às funções de recreação e lazer, conferindo especial atenção às grandes glebas desocupadas; estabelecer critérios [...] na adoção de um sistema de áreas verdes, capaz de atender à demanda de recreação e lazer de todas as faixas etárias e melhoria de qualidade ambiental; localizar [...] áreas verdes em várzeas, fundos de vales e encostas, com cobertura vegetal significativa.	Neste trabalho, o Parque Ecológico é sugerido também como local para exposição e venda de produtos de cultura (artesanato). Outros equipamentos turísticos para uso da população local
III do Des. urbano,	VII – do Lazer	51	Para a consecução destes objetivos [...]: I - Deverá ser implantado Parque Municipal Ecológico da Cidade de Itu , em parte da área da União, possibilitando atividades esportivas, de lazer, de contemplação e apropriação da paisagem [...];	

Título	Capítulo	Art.	Descrição	Observação
ambiental e rural		52	Para a implementação [...] do esporte [...] seguintes ações [...]: I - promover a recuperação e a revitalização do PARQUE DO VARVITO ; II - promover a recuperação e a revitalização da CIDADE DA CRIANÇA ; III - promover a recuperação e a revitalização do BOSQUE ALCEU GERIBELLO ; IV - utilizar praças, parques e áreas verdes para implantação de projetos esportivos [...]; V - recuperar e divulgar áreas de lazer já existentes; VI - implantar e ampliar a oferta de serviços, lazer e cultura [...]. VII - implementar "ruas de lazer" [...], em parceria com a comunidade e escolas.	são mencionados no Plano Diretor.
IV do Desenvolvimento econômico	III – do Turismo	43	VI - tornar os locais de interesse turístico disponíveis , de forma permanente, e continuada e em horários acessíveis ao público alvo;	É fundamental manter atrativos abertos durante fins de semana, como museus e parques.
V do Desenvolvimento social e cidadania	II – da Educação	59	Para a consecução [...] educação [...]: XII - implantar programa educacional com objetivo de ensinar a história do município , interagindo com os locais e marcos históricos, estendendo-se a todos os interessados, despertando o sentimento cívico da comunidade;	Este título V, em seus diversos capítulos, manifesta com clareza a preocupação do Plano Diretor com a apropriação pela comunidade de seu próprio território. Merece destaque o item IV do artigo 62.
	III – da Cultura	61	A política da cultura deverá promover, incentivar e difundir as atividades artísticas culturais no município [...] A cultura popular é uma mistura das manifestações de todas as pessoas.	
		62	Para [...] cultura deverão ser as observadas as seguintes diretrizes: I - fomentar manifestações culturais nas mais diversas áreas do saber, da arte e dos costumes além do conhecimento, da memória, dos costumes e das artes; II - incentivar a produção artística [...]; III - manter instrumentos que garantam o acesso da comunidade a estes componentes da cidadania através de escolas de artes, museus, bibliotecas, centros culturais, espaços para exposições temporárias e permanentes; IV - manter os elementos que estabelecem raízes para a sociedade local e que, portanto, definem realizações e garantem estruturas de identificação dos cidadãos com a sociedade local e o seu espaço, garantindo o acesso da população [...]. Os que nasceram e cresceram no lugar merecem a mesma garantia daqueles que migraram e não possuem raízes tão fecundas; V - promover a integração operacional entre a Secretaria de Cultura com a de Turismo.	

Título	Capítulo	Art.	Descrição	Observação
		63	<p>Para [...] cultura [...]:</p> <p>I - ampliar o conceito de Casa de Cultura, para o Espaço Cultural Almeida Júnior;</p> <p>II - ampliar o espaço físico do Arquivo Histórico Municipal - MAHMI;</p> <p>III - celebrar convênios de parceria e cooperação com instituições públicas ou privadas para instalação de equipamentos culturais de excelência, tais como Teatro Municipal, que sejam locais que possibilitem apresentações artísticas [...];</p> <p>IV - constituir corpos estáveis municipais de Música, Dança e Teatro, mantidos pela municipalidade, a fim de garantir acesso da comunidade [...];</p> <p>V - criar festivais anuais de arte [...] com contratação de orquestras, bandas, conjuntos musicais [...];</p> <p>VI - desenvolver leis de incentivo à cultura, que permitam aos grupos culturais o acesso aos benefícios fiscais [...];</p> <p>VII - elaborar calendário municipal da cultura, com inventário permanente das manifestações e os espaços culturais existentes na cidade;</p> <p>VIII - implantar Centro Cultural Municipal, no centro histórico, e implantar Centros Culturais descentralizados;</p> <p>X - implantar o Projeto Teatro Oficina no teatro do Município;</p> <p>XI - implantar Museu da Cidade;</p> <p>XII - implantar o programa "Conhecendo o Município e sua História";</p> <p>XIII - implantar o projeto Itu, Memória Viva;</p> <p>XIV - implementar Pinacoteca Municipal;</p> <p>XV - incentivar o servidor público a conhecer e se capacitar no conhecimento da cultura e do Turismo e do patrimônio de sua cidade, seja com capacitação ou promoção de atividades especiais;</p> <p>XVI - manter Conselho Municipal de Cultura;</p> <p>XVII - manter e ampliar a Biblioteca Pública;</p> <p>XVIII - promover parcerias público - privadas com as escolas de arte e similares;</p> <p>XIX - reconstituir o Museu de Arte Sacra;</p> <p>XX - reconstruir conceito de cultura para a sociedade, seus representantes e às lideranças culturais;</p> <p>XXI - reestruturar a EMIA - Escola Municipal de Iniciação Artística</p>	<p>Diversos projetos são citados nominalmente, muitos dos quais fogem ao escopo deste trabalho:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Espaço Cultural Almeida Júnior • Arquivo Histórico Municipal • Teatro Municipal • Centros Culturais • Museu da Cidade • "Conhecendo o Município e sua História" • Itu, Memória Viva • Pinacoteca Municipal • Biblioteca Pública • Museu de Arte Sacra • Escola Municipal de Iniciação Artística <p>Além disso, há uma preocupação específica com o servidor público (parágrafo XV), contemplada neste trabalho.</p>

Fonte: Itu, 2006 (grifos nossos); elaboração própria.

Para mostrar o alinhamento do Eixo 3, Envolvimento da população e geração de trabalho e renda, com o Plano Diretor, foi elaborado o Quadro 27, com os principais pontos e observações correspondentes reproduzidas abaixo.

Quadro 27 – Plano Diretor e Eixo 3: Envolvimento da população e geração de trabalho e renda

Título	Capítulo	Art.	Descrição	Observação
I Conceito, finalidade, princípios, objetivos gerais e diretrizes	II – dos Princípios fundamentais	9	O Plano Diretor Participativo [...] se fundamenta e alicerça em quatro pilares fundamentais: [...] II - DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, composto pelas áreas da indústria, do comércio, da prestação de serviço, [...] da incorporação do patrimônio arquitetônico como agente econômico e turismo ;	Turismo é um importante pilar de desenvolvimento econômico.
	IV – dos Objetivos gerais	11	São objetivos gerais deste Plano Diretor: VII - promover a integração e complementaridade entre as atividades urbanas e rurais, tendo em vista o desenvolvimento ambiental e socioeconômico no município;	Atividades de integração entre o urbano e o rural são proporcionadas pelo turismo.
IV do Desenvolvimento econômico	I – da Política de desenvolvimento econômico	36	A política do desenvolvimento econômico do município deverá [...] Promover o estímulo à geração de trabalho e renda , o fomento ao desenvolvimento econômico da cidade de Itu para os setores da indústria, comércio, serviços, do patrimônio histórico arquitetônico, do turismo e comércio exterior, visando à dinamização do potencial econômico, o estímulo à geração de emprego, à democratização das oportunidades de empreendimentos, apoiada no princípio da sustentabilidade ambiental.	O turismo é previsto como atividade geradora de trabalho e renda.
		37	Para a consecução destes objetivos [...] seguintes diretrizes: VIII - dinamizar a capacidade econômica de forma articulada entre a atividade industrial, prestação de serviço, comercial e agrícola e as atividades culturais, turísticas e de preservação do patrimônio histórico arquitetônico ; IX - adequar os recursos financeiros obtidos com o turismo de modo a ampliar sua participação na economia do município; XI - estabelecer parcerias para transferência e aquisição de tecnologia [...] (organizações públicas e privadas, ONGs, universidades e institutos), com ênfase na atividade de apoio à prestação de serviço, valorização do comércio, desenvolvimento do potencial industrial, promoção do lazer e fomento ao turismo e ao patrimônio histórico, arquitetônico e cultural ;	Em especial, as parcerias são privilegiadas neste trabalho.
		38	Para a implementação [...] proposições estratégicas: VII - implantar Centro de Feiras, Exposições e Eventos Permanente e o Espaço da Qualidade Empresarial [...] através de parcerias com a iniciativa privada;	É previsto um Espaço da Qualidade Empresarial.
	III – do Turismo	43	Para a consecução destes objetivos [...] as seguintes diretrizes: II - promover o turismo ecológico ambiental do Rio Tietê , [...] histórico, arquitetônico e rural, em parceria com associações privadas, tais como [...] PROTUR [...]; III - propiciar a melhoria da capacitação empresarial e introduzir técnicas de gestão, visando [...] competitividade, [...] produtividade e [...] qualidade [...]; IV - formar e capacitar os profissionais [...];	A capacitação em turismo é valorizada.

Título	Capítulo	Art.	Descrição	Observação
IV do Desenvolvimento econômico	III – do Turismo	44	<p>Para a implementação [...] deverão ser adotadas as seguintes ações [...]:</p> <p>IV - diversificar os serviços prestados, principalmente na área de hotelaria e alimentação;</p> <p>VII - proporcionar formas de treinamento, qualificação e certificação dos profissionais e estabelecimentos [...];</p> <p>IX - criar cargos e contratação de mão de obra qualificada em turismo, tal como agentes de turismo e turismólogos;</p> <p>XII - implantar em parceria com o Sebrae o PDTR (Programa de Desenvolvimento do Turismo Receptivo);</p> <p>XIII - incentivar a criação de festivais, festas regionais, etc.</p> <p>XIV - incentivar capacitação profissional de mão-de-obra, abertura de novos negócios, empreendimentos e serviços de apoio e de informações, voltados à promoção do turismo e do lazer;</p>	<p>O aumento de pontos de venda de artesanato e lembranças de Itu vai ao encontro do preconizado.</p> <p>Sobre alimentação, há um projeto específico de gastronomia.</p>
V do Desenvolvimento social e cidadania	III – da Cultura	61	A política da cultura deverá promover, incentivar e difundir as atividades artísticas culturais no município [...] A cultura popular é uma mistura das manifestações de todas as pessoas.	A cultura popular é valorizada.
		62	<p>Para [...] cultura deverão ser as observadas as seguintes diretrizes:</p> <p>I - fomentar manifestações culturais nas mais diversas áreas do saber, da arte e dos costumes além do conhecimento, da memória, dos costumes e das artes;</p> <p>II - incentivar a produção artística [...];</p>	O resgate de técnicas artesanais, culinária típica e costumes está alinhado com o Plano Diretor.
		63	<p>Para [...] cultura [...]:</p> <p>IV - constituir corpos estáveis municipais de Música, Dança e Teatro, mantidos pela municipalidade, a fim de garantir acesso da comunidade [...];</p> <p>V - criar festivais anuais de arte, através de parcerias, com a contratação de orquestras, bandas, conjuntos musicais, corais quando necessário;</p> <p>VI - desenvolver leis de incentivo à cultura, que permitam aos grupos culturais o acesso aos benefícios fiscais concedidos às empresas;</p> <p>VII - elaborar calendário municipal da cultura, com inventário permanente das manifestações e os espaços culturais existentes na cidade;</p> <p>VIII - implantar Centro Cultural Municipal, no centro histórico, e implantar Centros Culturais descentralizados;</p> <p>X - implantar o Projeto Teatro Oficina no teatro do Município;</p> <p>XVIII - promover parcerias público - privadas com as escolas de arte e similares;</p> <p>XX - reconstruir conceito de cultura para a sociedade, seus representantes e às lideranças culturais;</p> <p>XXI - reestruturar a EMIA - Escola Municipal de Iniciação Artística</p>	Música, dança e teatro são mencionados.
VI do Des. Administ.	III – do Atendimento ao munícipe	76	<p>Quanto ao Atendimento Virtual ao Munícipe - Prefeitura 24 horas, a política do desenvolvimento administrativo município de Itu visa:</p> <p>II - implantar centros integrados e descentralizados de atendimento e de serviços ao cidadão; implantar o Centro Turístico de Eventos e Exposições;</p>	Há um centro de eventos previsto pelo plano.

Título	Capítulo	Art.	Descrição	Observação
do VII Macrozoneam ento	I – da Divisão territorial do macrozoneamento	87	A MACROZONA DE PREDOMINANTES CARACTERÍSTICAS RURAIS é composta pelas áreas rurais do município, excluindo-se os loteamentos residenciais aprovados e implantados e que se caracterizam pela baixa densidade populacional, áreas não loteadas, com atividade rural ou turística, e têm por objetivo: V - abrigar atividades e ou urbanização em concordância com a vocação ou apoio ao turismo no município.	O turismo é priorizado como ocorrência da área rural.

Fonte: Itu, 2006 (grifos nossos); elaboração própria.

O Quadro 28 mostra, por fim, os aspectos relevantes tratados pelo Plano Diretor em relação à promoção e divulgação dos atrativos turísticos, tema do Eixo 6 deste trabalho.

Quadro 28 – Plano Diretor e Eixo 6: Promoção e divulgação dos atrativos turísticos

Título	Capítulo	Art.	Descrição	Observação
III do Des. urbano, ambiental e rural	VII – do Lazer	52	Para a implementação [...] do esporte [...] seguintes ações [...]: V - recuperar e divulgar áreas de lazer já existentes; VI - implantar e ampliar a oferta de serviços, lazer e cultura [...].	A divulgação e a disponibilização de informações são constantemente mencionadas.
IV do Desenvolvimento econômico	I – da Política de desenvolvimento econômico	37	Para a consecução destes objetivos [...] seguintes diretrizes: X - padronizar e remodelar, em parceria com a iniciativa privada, a comunicação visual, o sistema de informações e a sinalização da cidade , com relação à prestação de serviços, o comércio, o lazer, o turismo e o patrimônio histórico arquitetônico;	
	III – do Turismo	42	A Política do Turismo deverá promover, fomentar e valorizar, em todo o território do município, o patrimônio turístico local, incluindo-se a arquitetura urbana e rural, arqueologia, artes, traçado urbano, e testemunhos da arte, como pinturas, esculturas, música e iconografia.	
		43	Para a consecução destes objetivos [...] as seguintes diretrizes: I - elaborar Plano Diretor de Turismo em 2 anos após a promulgação da presente Lei, abrangendo e contemplando, entre outras iniciativas, o projeto de sinalização e indicação de pontos históricos e lazer, com roteiros e placas nos pontos de identificação de interesse histórico, cultural e artístico ; V - promover campanha de promoção e divulgação do turismo [...] Itu como cidade de oportunidades, negócios, turismo e lazer; VI - tornar os locais de interesse turístico disponíveis , de forma permanente, e continuada e em horários acessíveis ao público alvo; VII - promover, nos limites das previsões orçamentárias, projetos [para] aumentar , em 10 anos prorrogáveis na forma da lei, [...] o leque de opções turísticas [...], bem como atualizar e revitalizar as atrações já existentes.	

Título	Capítulo	Art.	Descrição	Observação
		44	Para a implementação [...] deverão ser adotadas as seguintes ações [...]: V - fortalecer a imagem de Estância Turística [...] divulgar o município em eventos turísticos; VIII - qualificar e gerar acessibilidade aos locais definidos como de especial interesse turístico; XIII - incentivar a criação de festivais, festas regionais, etc. XIV - incentivar capacitação profissional de mão-de-obra, abertura de novos negócios, empreendimentos e serviços de apoio e de informações, voltados à promoção do turismo e do lazer;	
IX da Gestão da Política Urbana	I – do Sistema Municipal de Planejamento e Gestão	118	O Sistema de Informações Municipais deverá conter e manter atualizados dados, informações e indicadores sociais, culturais, econômicos, financeiros, patrimoniais, administrativos, físico-territoriais, inclusive cartográficos, ambientais, imobiliários e outros de relevante interesse para o Município.	

Fonte: Itu, 2006 (grifos nossos); elaboração própria.

2 ATORES E INSTITUIÇÕES

A governança do turismo no município de Itu também é mencionada pelo Plano Diretor (ITU, 2006). Particularmente em relação ao Eixo 5, há uma referência especial à integração operacional entre instituições, no caso a Secretaria de Cultura e a de Turismo:

V do Desenvolvimento social e cidadania

III – da Cultura

art. 62. Para [...] cultura deverão ser as observadas as seguintes diretrizes:

[...] V - promover a integração operacional entre a Secretaria de Cultura com a de Turismo.

Além disso, organizações privadas, como a PROTUR, são objeto de várias menções no Plano Diretor como colaboradoras e parceiras.

Este trabalho não se propõe a esgotar possibilidades de integração entre órgãos públicos e entes privados. Pretende apenas traçar diretrizes teórico-conceituais para um arranjo que privilegie a efetividade, eficácia e eficiência do trabalho. De qualquer modo, em relação a diretrizes estabelecidas pelo Plano Diretor neste sentido, a recomendação é que, no futuro – com o desenho de articulação mais definido –, o tema seja objeto de regulamentação.

O que se pretendeu aqui é fazer um desenho básico, que sirva de orientador a um já mencionado trabalho posterior de diagnóstico e readequação – ao longo do tempo – das instituições envolvidas para que possam ter melhor desempenho em seu trabalho conjunto de desenvolvimento do turismo de Itu.

Considera-se que não cabe a este trabalho a distribuição de responsabilidades entre as pastas municipais. Deste modo, a primeira decisão é designar o executivo municipal como Prefeitura Municipal da Estância Turística de Itu (PMETI), sem fazer distinção entre secretarias. De certa forma, a atual configuração é levada em conta, mas não é determinante para o que será proposto. A recomendação que cabe fazer ao poder público é que seja promovida, constante e permanentemente, o diálogo, a integração e a cooperação entre seus órgãos, como sinaliza, inclusive, o Plano Diretor.

Em seguida, parte-se do pressuposto que as instituições analisadas no item 5.3 serão mantidas, defendendo-se a pertinência e a importância da atuação do COMTUR, do Grupo Gestor⁴⁰ e da PROTUR.

A partir disso, e das considerações feitas a seguir, a Figura 105 foi desenhada.

A PROTUR é, por excelência, uma entidade de representação patronal dos empreendimentos turísticos. Sua defesa do desenvolvimento turístico se dá na medida em que pode beneficiar ao *trade*, com vistas à sobrevivência sustentável no longo prazo. Seu principal foco de atuação deve ser: (1) a definição do público-alvo do município, o aprimoramento qualitativo (sazonalidade, gasto médio) e a atração

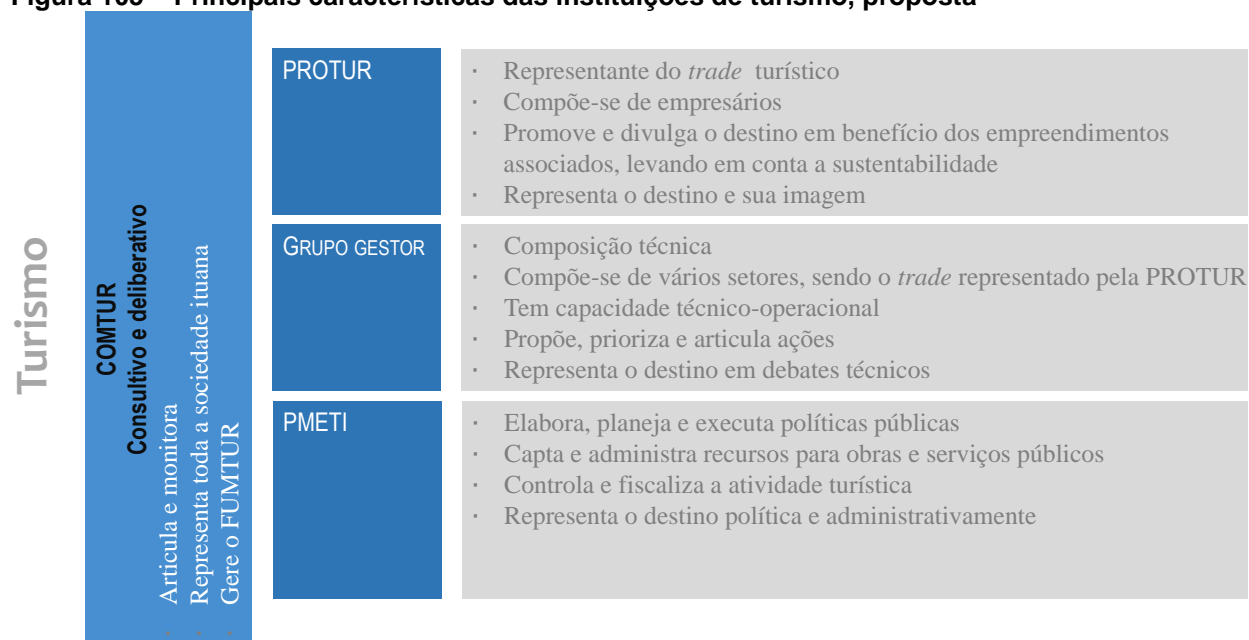
⁴⁰ Apesar de o Grupo Gestor, para os fins que foi criado – gestão de competitividade dos 65 Destinos Indutores – poder ser substituído pelo COMTUR (MTur, 2011, p. 35), aqui se supõe que sua constituição é importante, e que continuará existindo.

quantitativa da demanda turística; (2) o apoio às empresas de turismo em questões em que a colaboração e a atuação coletiva se justificam.

O Grupo Gestor é um colegiado técnico desde sua origem. Faz sentido, portanto, dispor assentos a entidades e instituições que tenham conhecimento multidisciplinar e atuação científica e profissional. Os especialistas do Grupo podem se dividir em grupos de trabalho para estudar questões relevantes para o desenvolvimento turístico do município. Pode ser levado a ser um Grupo proativo, no sentido de propor e priorizar ações tecnicamente recomendáveis.

O COMTUR é um órgão consultivo e deliberativo das ações do poder executivo, devendo assessorá-lo. Além disso, “coordena esforços entre o poder público e a sociedade civil” (artigo 1º, lei municipal 1.222). Nesse sentido, deve travar relacionamento profícuo com as pastas municipais, o legislativo, a PROTUR e o Grupo Gestor. Deve representar toda a sociedade ituana, reservando assento a entidades representativas de moradores, das categorias profissionais relacionadas ao turismo, de organizações de defesa do meio ambiente e do terceiro setor em geral.

Figura 105 – Principais características das instituições de turismo, proposta



Com base nessas diretrizes-chave, são atribuídas responsabilidades pelos projetos propostos por este trabalho (Quadro 29).

Quadro 29 – Responsáveis pelos projetos

Compo- nente	Programa/ Projeto	Eixo	Responsável			
			Articulação	Implantação e operação	Apoio	Manutenção/ monitoramento
Infra- estrutura	Requalificação do Centro Histórico	1 Centro Histórico	PMETI (Planejamento)	PMETI	COMTUR, Grupo Gestor	PMETI
Produto turístico Cultura	Resgate de tradições culturais	Visão 2025 2 Pertencimento 4 R. Bandeirantes	PMETI (Cultura)	PMETI	COMTUR, Grupo Gestor	COMTUR
	Atividades culturais	Visão 2025 1 Centro Histórico 2 Pertencimento 3 Trabalho e renda 4 R. Bandeirantes	PMETI (Cultura)	PMETI	COMTUR, Grupo Gestor	COMTUR

Componente	Programa/ Projeto	Eixo	Responsável				
			Articulação	Implantação e operação	Apoio	Manutenção/ monitoramento	
	Banda na Praça	2 Pertencimento 4 R. Bandeirantes 6 Prom. e div.	PROTUR	PROTUR, PMETI	PMETI COMTUR	PROTUR COMTUR	
Educação	Educação para crianças e jovens	2 Pertencimento	Grupo Gestor	PMETI (Educação)	COMTUR Grupo Gestor PROTUR	COMTUR	
	Educação para adultos	2 Pertencimento 4 R. Bandeirantes	PMETI (Promoção Social)	PMETI	PMETI (Cultura) Grupo Gestor	PMETI Grupo Gestor COMTUR	
Gastronomia	Gastronomia típica	Visão 2025 2 Pertencimento 3 Trabalho e renda 4 R. Bandeirantes 6 Prom. e div.	PMETI (Cultura)	Grupo Gestor	PROTUR (divulgação)	PMETI COMTUR	
	Gastronomia do exagero		PMETI (Promoção Social + Trabalho + Turismo)	PMETI Parceiros		COMTUR Grupo Gestor	
	Evento gastronômico		PROTUR	PROTUR	PMETI	COMTUR	
	Cooperação de empreendedores de gastronomia	3 Trabalho e renda	PROTUR (se tiver interesse de associados) ou Grupo Gestor	PROTUR e Grupo Gestor	PMETI (Promoção Social + Trabalho)	COMTUR	
Itu à noite	Roteiro turístico noturno	Visão 2025 1 Centro Histórico 2 Pertencimento 3 Trabalho e renda	PMETI (Turismo)	Iniciativa privada	PMETI Grupo Gestor PROTUR	COMTUR	
Itu para ituanos	Itu com graça	2 Pertencimento	PROTUR (com empreendimentos)	PMETI (Promoção Social + Lazer)	Grupo Gestor PROTUR	COMTUR	
	Itu para crianças e	2 Pertencimento					
	Itu nos bairros	2 Pertencimento	PMETI (Promoção Social + Lazer)				
	Itu para servidores públicos	2 Pertencimento	Grupo Gestor	EFOSP, ILI	PMETI	COMTUR	
Outros	<i>Souvenirs</i> de Itu	3 Trabalho e renda	PMETI (Promoção Social + Trabalho)	PMETI, parceiros	PROTUR Grupo Gestor	COMTUR	
	Calendário anual de eventos	2 Pertencimento 4 R. Bandeirantes 6 Prom. e div.	PROTUR	PROTUR	PMETI (Lazer, Turismo e Cultura)	COMTUR	
Promoção	Público geral	2 Pertencimento 6 Prom. e div.	PROTUR	PROTUR PMETI (Turismo)	Grupo Gestor	COMTUR	
			PROTUR	PROTUR	COMTUR PMETI (Turismo)	PROTUR	
			PROTUR	PROTUR	COMTUR PMETI (Turismo)	PROTUR	
	Públicos específicos	Comunicação para turista religioso	2 Pertencimento 6 Prom. e div.	PROTUR	PROTUR	COMTUR PMETI (Turismo)	PROTUR
		Comunicação para condôminos		PROTUR	PROTUR	PMETI (Turismo) Grupo Gestor	COMTUR
		Jornal do Turismo de Itu		PMETI	PROTUR e parceiros	Grupo Gestor	COMTUR
		<i>Blog</i> de turismo de Itu		PMETI	PROTUR e parceiros	Grupo Gestor	COMTUR

É esperado que os projetos e as responsabilidades propostas sejam alvo de intensa discussão, em que participem, no mínimo, o poder público e as instituições de turismo aqui mencionadas. Modificações e adequações na proposta não só são prováveis como também desejáveis: indicarão o interesse, a disposição e a motivação dos atores-chave em aperfeiçoar as propostas e torná-las viáveis, adequadas à realidade

local, ao perfil dos interlocutores e às possibilidades de esforços materiais e de recursos humanos disponíveis.

Também é esperado que outros atores, que não foram analisados neste trabalho (por exemplo, Associação Comercial), se engajem e assumam responsabilidades nos projetos. Parceiros devem ser identificados e cooptados.

Não é esperado que todos os projetos sejam colocados em curso ao mesmo tempo. Discutir um cronograma que sirva como meta é fundamental para que não se faça nada pelo motivo de que há muito para fazer.

Devem ser considerados prioritários os seguintes projetos, uma vez que outros dependem deles:

- Resgate de tradições culturais;
- Cooperação de empreendedores de gastronomia;
- Calendário anual de eventos;
- Identidade de Itu.

Com isso, espera-se que o turismo de Itu possa se desenvolver de modo harmonioso e sustentável.

REFERÊNCIAS

ABRIL. 2015a. Viaje Aqui. Disponível em: <<http://viajeaqu.abril.com.br>>. Acesso em fev. 2015.

ABRIL. 2015b. Viaje Aqui. Disponível em: <<http://viajeaqu.abril.com.br/materias/santana-de-parnaiba-a-ouro-preto-paulista>>. Acesso em: fev. 2015.

ABROTUR. 2015. Disponível em: <http://www.abrotur.com.br/abrotur>. Acesso em: mai.2015.

ACE SOCORRO. 2015. *Associação Comercial de Socorro é caso de sucesso em seminário no sul do país*. Disponível em: <<http://www.ace-socorro.com.br/index.php?act=100¬i=38227>>. Acesso em: abr. 2015

AEROPORTOS BRASIL. 2014a. *Resumo de movimentação aeroportuária*. Movimento operacional do Aeroporto de Viracopos de janeiro a dezembro de 2013. Publicado em: jul. 2014. Documento em pdf. Disponível em: <http://www.viracopos.com/viracopos/imprensa/detalhes-70.html>. Acesso em: set. 2014.

AEROPORTOS BRASIL. 2014b. *Companhias aéreas*. Passageiros. Disponível em: <http://www.viracopos.com/passageiros/companhias-aereas/>. Acesso em: set. 2014.

ÁGERE. 2009. *Plano de desenvolvimento turístico Itu – SP*. Arquivos em Word.

ANA. 2010. *Atlas Brasil: abastecimento urbano de água*. Disponível em: <http://atlas.ana.gov.br/atlas/forms/analise/Geral.aspx?mun=3538&mapa=sist>. Acesso em: mar. 2015.

ARAÇARIGUAMA. 2015. Disponível em: <www.aracariguama.sp.gov.br/page/turismo>. Acesso em: fev. 2015.

ARAÚJO, C. R. M. 2010. *Conselho Municipal de Turismo da Estância de Socorro – COMTUR: Rompendo o monopólio estatal do poder*. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 7., 2010, São Paulo.

CABREÚVA. 2015. Disponível em: <<http://www.cabreuva.sp.gov.br/turismo.asp>>. Acesso em: fev. 2015.

CÂMARA HOLAMBRA. 2014. Disponível em: <<http://www.camaraholambra.com.br/?z=noticias&x=226>>. Acesso em: mar. 2015.

CÂMARA Municipal de Itu. 2015. Disponível em: <http://www.camaraitu.sp.gov.br/Pagina/Listar/5>. Acesso em: 02 fev. 2015.

CEPAGRI – Centro de Pesquisas Meteorológicas e Climáticas Aplicadas à Agricultura. 2014. *Clima dos municípios paulistas*. Universidade de Campinas (UNICAMP). Disponível em: http://www.cpa.unicamp.br/outras-informacoes/clima_muni_275.html. Acesso em: set. 2014.

CGU – Corregedoria-Geral da União. 2014a. *Revitalização da estação de trem ligando Itu a Salto*. Portal da Transparência. Disponível em: <http://www.portaltransparencia.gov.br/convenios/DetalhaConvenio.asp?CodConvenio=653440&TipoConsulta=0&UF=sp&CodMunicipio=6579&Municipio=itu&CodOrgao=&Orgao=&Pagina=1&Periodo=>. Acesso em: set. 2014.

CHRISTOFFER R. 2004. A história nos trilhos. Disponível em: http://anpf.tempsite.ws/histnostrilhos/historianostrilhos14_janeiro2004.htm. Acesso em: 19/05/2014.

CNT – Confederação Nacional de Transporte. 2013. *Pesquisa CNT de rodovias 2013: relatório gerencial*. Documento em pdf. Disponível em: <http://pesquisarodovias.cnt.org.br/Paginas/relGeral.aspx>. Acesso em: set. 2014.

CONDEPHAAT – Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico. 2015. *Lista de bens tombados por município*. Disponível em: http://www.cultura.sp.gov.br/SEC/Condephaat/Bens%20Tombados/lista_fev.13_BensTombOrdMunicipios_Site.pdf. Acesso em ago. 2015.

CONSELHO MUNICIPAL DE POLÍTICA CULTURAL DE ITU. 2011. *Conselho de Cultura integra Grupo Gestor do Projeto de Destinos Turísticos*. Publicado em: 12 mar. 2011. Disponível em: <http://conselhoculturaitu.blogspot.com/2011/03/conselho-de-cultura-integra-o-grupo.html>. Acesso em: set. 2014.

DENATRAN – Departamento Nacional de Trânsito. 2014. *Frota de veículos*. Disponível em: <http://www.denatran.gov.br/frota2014.htm>. Acesso em jun. 2015.

DER – Departamento de Estradas de Rodagem. 2014. *Web rotas*. Disponível em: <http://200.144.30.104/web/site/webrota/viewer.htm>. Acesso em: set. 2014.

DESTINO CAIPIRA. 2015. Disponível em: <https://destinocaipira.wordpress.com/tiete/>. Acesso em: 28 jan. 2015.

ESTAÇÕES FERROVIÁRIAS. Disponível em: <http://www.estacoesferroviarias.com.br/itu.htm>. Acesso em: 19/05/2015.

ESTÂNCIA DE SOCORRO. 2010. *Lei 3391/2010*. Disponível em: <http://socorro.sp.gov.br/wp-content/uploads/2013/02/LEI-3391-2010-COMTUR-2010.pdf>. Acesso em: abr. 2015.

FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. 2008. *Caracterização da demanda turística do estado de São Paulo*. Disponível em: http://www.selt.sp.gov.br/pesquisa_fipe.php. Acesso em: set. 2014.

FUNDAÇÃO ENERGIA E SANEAMENTO. 2015. *Museu da energia oferece ingressos gratuitos a escolas de itu e região*. Disponível em: <http://www.energiaesaneamento.org.br/3290>. Acesso em: 2015.

FUNDAÇÃO FLORESTAL. 2008. *Unidades de conservação estaduais sob gestão da Fundação Florestal*. Disponível em: http://fflorestal.sp.gov.br/files/2012/01/UCS_FF2009.pdf. Acesso em: set. 2014.

GOOGLE. 2015. *Google Maps*. Disponível em: www.google.com.br/maps. Acesso em: fev. 2015.

GUERRA, G. R. *Turismo para quê?* São Paulo: Universidade Nove de Julho, 2014.

GUIA DE TURISMO DE ITU. 2015. Disponível em: http://itu.sp.gov.br/site/wp-content/uploads/2015/secretaria_turismo/2014_06_12_guia_turismo_itu_IGIL.pdf. Acesso em: mar. 2015.

HISTÓRIAS DE ITU. 2012a. *Histórias de Itu*. Disponível em: http://historiasdeitu.blogspot.com.br/2012_02_01_archive.html. Acesso em: 12/05/2015.

HISTÓRIAS DE ITU. 2012b. *Histórias de Itu*. Disponível em: http://historiasdeitu.blogspot.com.br/2012_03_01_archive.html. Acesso em: 12/05/2015.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2010. *Censo demográfico 2010*.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2014a. *Sinopse por setores*. Mapa interativo. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopseporsetores/?nivel=st>. Acesso em: set. 2014.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2014b. *idades@*. São Paulo: Itu. Disponível em: <http://cod.ibge.gov.br/233QP>. Acesso em: set. 2014.

IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. 2008. *Projeto Turismo em Itu*. Arquivos em Power Point.

- INSTITUTO MARCA BRASIL. 2014. *Gestão e planejamento de destinos turísticos*. Disponível em: <http://www.marcabrasil.org.br/site-novo/Projetos/gestao-planejamento-de-destinos-turisticos>. Acesso em: set. 2014.
- ITU (Prefeitura). 2010a. *Plano diretor de água da cidade de Itu*. Tomo III – Aspectos ambientais. Disponível em: http://www.itu.sp.gov.br/painel/arquivos/files/pda_ri_tomo_3_aspectos_ambientais.pdf. Acesso em: set. 2014.
- ITU (Prefeitura). 2014a. *Linhas municipais e intermunicipais*. Disponível em: <http://www.itu.sp.gov.br/?area=115>. Acesso em: set. 2014.
- ITU (Prefeitura). 2014b. *Secretarias*. Disponível em: <http://www.itu.sp.gov.br/index.php?area=3&submenu=146>. Acesso em: set. 2014.
- ITU (Prefeitura). 2015a. Disponível em: <http://www.itu.sp.gov.br/?area=90&submenu=90>. Acesso em: 06/02/2015.
- ITU (Prefeitura). 2015c. Secretaria de Planejamento. Elaboração: Cartografia. 2015.
- ITU (Prefeitura). 2015d. *Parque Ecológico do Taboão*. Disponível em: http://itu.sp.gov.br/site/?page_id=13509. Acesso em: jun. 2015.
- ITU (Prefeitura). Departamento de Comunicação. 2010b. *Imprensa Oficial da Estância Turística de Itu*. Ano IX, n. 272, 31/08/10. Disponível em: http://www.itu.sp.gov.br/painel/arquivos/pdf/imprensa_272.pdf. Acesso em: set. 2014.
- ITU. 2006. *Lei complementar 770*, de 10 de outubro de 2006. Plano Diretor Participativo do município da Estância Turística de Itu. Disponível em: <https://www.leismunicipais.com.br/plano-diretor-itu-sp>. Acesso em: nov. 2014.
- ITU. 2013. FERRARI, Jéssica. *Prótur e museus criam projeto para conscientizar profissionais*. Disponível em: <http://www.itu.com.br/turismo/noticia/protur-e-museus-criam-projeto-para-conscientizar-profissionais-20130410>. Acesso em 2015.
- ITU. 2013b. *Audiência pública do projeto "Estação Cultura" acontece em Itu*. Disponível em: <http://www.itu.com.br/eventos/noticia/audiencia-publica-do-projeto-estacao-cultura-acontece-em-itu-20131127>. Acesso em: jun. 2015.
- ITU. 2015b. *Turismo em Itu*. Disponível em: <http://www.itu.com.br/turismo/guia.asp>. Acesso em: mar. 2015.
- ITU; PROTUR; SÃO PAULO. 2014. *Itu: do tamanho de seu sonho*. Vídeo em CD-ROM. 1m19s. Arquivo *.vob.
- IPHAN. 2015. Carta de Burra. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20de%20Burra%201980.pdf>. Acesso em: ago. 2015.
- IPHAN. 2015. Carta de Petrópolis. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20de%20Petropolis%201987.pdf>. Acesso em: ago. 2015.
- IPHAN. 2015c. Lista de bens tombados pelo IPHAN. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Lista_Bens_Tombados_pelo_Iphan_%202015.pdf. Acesso em ago. 2015.
- LEIS MUNICIPAIS. 2012. *Lei 678*, de 10 de outubro de 2005. Dispõe sobre a estrutura administrativa da administração direta e indireta da Prefeitura da Estância Turística de Itu e dá outras providências. Disponível em: <http://leismunicipais/pogqa>. Acesso em: set. 2014.
- MARCOS CARRILHO ARQUITETOS. 2008. *Plano Diretor Ambiental de Porto Feliz*. Arquivo em pdf. Disponível em: <http://www.preventionweb.net/applications/hfa/lgsat/pt/filedownloads/download/3d80580956f811a79422b2bb988128c5>. Acesso em: mar. 2015.
- MATO GROSSO. 2006. *Empresário de Brotas apresenta experiência com turismo de aventura*. Disponível em: <http://www.mt.gov.br/imprime.php?cid=23459&sid=118>. Acesso em: mai. 2015.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES. 2012. *Mapa ferroviário PNV (Plano Nacional de Viação)*. Departamento de Informações em Transportes. Disponível em: <http://www2.transportes.gov.br/bit/03-ferro/6-mapas-ferro/ferro-tabela2013.pdf>. Acesso em: set. 2014.

MTUR – Ministério do Turismo. 2007. *Roteirização turística*. Módulo operacional 7. Programa de Regionalização do Turismo. Roteiros do Brasil. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Regionalização. Documento em pdf. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/modulox20operacional_7_roteirizacao_turistica.pdf. Acesso em: 10 nov. 2014.

NARDY FILHO, Francisco. 1928. *A cidade de Ytu*. São Paulo: Salesianas.

PANORAMIO 2015b. Disponível em: <http://www.panoramio.com/photo/979612?source=wapi&referrer=kh.google.com>. Acesso em: 12/05/2015.

PANORAMIO. 2015a. Disponível em: http://www.panoramio.com/photo_explorer#view=photo&position=5314&with_photo_id=1601135&order=date_desc&user=202774, Acesso em: 18/05/2015.

PARANÁ. 2009. *Orientações práticas às instâncias de governança de turismo do Paraná*. Secretaria do Esporte e Turismo. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/CartilhaInstanciasdeGov.pdf>. Acesso em: 27 de fev. 2015.

PDT BROTAS. 2014. *Plano Diretor de Turismo de Brotas 2014-2020*. Brotas, SP.

PIRAPORA DO BOM JESUS. 2015. Disponível em: <http://www.piraporadobomjesus.sp.gov.br/historia>. Acesso em: jan. 2015.

PLANO de Governo de Itu 2013-2016. s.d. Folheto.

PORTAL DA TRANSPARÊNCIA. Disponível em: <http://www.portaltransparencia.gov.br/PortalTransparenciaDetalheRepasse.asp?Exercicio=2014&SelecaoUF=1&SiglaUF=SP&CodMun=6579&CodFuncao=15&CodAcao=1D73&CodFav=30002515>. Acesso em: 02/02/15.

PORTO FELIZ (Prefeitura). 2008. *Lei Nº 4.566 de 05 de março de 2008*. Disponível em: <http://www.portofeliz.sp.gov.br/cmsBusiness/upload/translin/9d30acf7def5671253cfeabb3c7d0e95.pdf>. Acesso em: mar. 2015.

PORTO FELIZ. 2015. Disponível em: www.portofeliz.sp.gov.br/. Acesso em: fev. 2015.

PROTUR ITU. *A Prótur*. Disponível em: <http://www.proturut.com.br/protur/default.asp>. Acesso em: maio/2015.

ROTEIRO DO VINHO. 2015. Disponível em: <http://www.roteirodovinho.com.br/>. Acesso em: jan. 2015.

ROTEIRO DOS BANDEIRANTES. 2015a. *Cidades do roteiro*. Disponível em: <http://www.roteirosdosbandeirantes.com.br/home/cidadesdoroteiro.asp>. Acesso em: mar. 2015.

ROTEIRO DOS BANDEIRANTES. 2015b. *Conheça*. Disponível em: www.roteirosdosbandeirantes.com.br/. Acesso em: fev. 2015.

SALTO. 2015. Disponível em: www.salto.sp.gov.br/. Acesso em: fev. 2015.

SÃO PAULO. 2013. Secretaria de Estado da Cultura. *Lista de Bens Tombados por Município*. Disponível em: http://www.cultura.sp.gov.br/SEC/Condephaat/Bens%20Tombados/lista_fev.13_BensTombOrdMunicipios_Site.pdf. Acesso em: mar. 2015.

SÃO PAULO. 2015. *Gestão urbana*. Disponível em: <http://gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br/cota-ambiental-2/>. Acesso em: 19/06/2015.

SÃO ROQUE. 2015. Disponível em: www.saoroque.sp.gov.br/. Acesso em: fev. 2015.

SEADE – Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados. 2014. *Informações dos municípios paulistas*. Disponível em: http://produtos.seade.gov.br/produtos/imp/index.php?page=consulta&action=var_list&tema=1&tabs=1&aba=tabela1&redir=. Acesso em: set. 2014.

SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE. Encontro Estadual Projeto *Município Verde 2008. Ranking- Pontuação*. Disponível em: <http://www.ambiente.sp.gov.br/municipioverdeazul/files/2011/11/munCert2008.pdf>. Acesso em: 07/07/2015.

SECTUR BROTAS – SECRETARIA DE TURISMO DE BROTAS. *Eleito o primeiro presidente da sociedade civil, do COMTUR de Brotas*. Disponível em: <http://secturbrotas.blogspot.com.br/2012/10/eleito-o-primeiro-presidente-da.html>. Acesso em: 07/07/2015.

SECTUR BROTAS. 2013. *Página oficial do turismo de Brotas*. Disponível em: http://secturbrotas.blogspot.com.br/2013_09_01_archive.html. Acesso em: mai. 2015.

SEPLAN – Secretaria Municipal de Planejamento. 2014. *Termo de Referência: elaboração do Plano Diretor de Turismo de Itu/ SP*. Versão revisada. Arquivo em Word.

SIDRA – Sistema IBGE de Recuperação Automática. 2014. *Mapa de municípios*. Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/territorio/mapa.asp?nivt=6&func=identifymapa&btn=zoomout&z=t&o=4&i=P&disp=&ver=&imgMapa.x=570&imgMapa.y=381>. Acesso em: set. 2014. SMMA – Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Itu. 2014. *Áreas verdes*. Disponível em: <http://www.itu.sp.gov.br/meioambiente/index.php?area=242>. Acesso em: set. 2014.

SNIS. 2013. Governo Federal. Ministério das Cidades. *Diagnóstico de água e esgoto, 2013*.

SOS MATA ATLÂNTICA. 2015. *Centro de Experimentos Florestais*. Disponível em: <https://www.sosma.org.br/projeto/centro-de-experimentos-florestais/> Acesso em: jun. 2015.

SUTACO. 2015. *Artesanato paulista*. Disponível em: <http://www.sutaco.sp.gov.br/ser-junte-se.html>. Acesso em: 2015.

TIETÊ, 2015. Disponível em www.tiete.sp.gov.br. Acesso em: fev. 2015.

VARVITO. 2009. *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*. FERREIRA, A. B. de Holanda 4.ed. Curitiba: Positivo, 2009.

VIAÇÃO ITU. 2015. Sistema de Transporte Urbano de Itu. Disponível em: <http://www.avanteitu.com.br>. Acesso em: 19/05/2015.

WIKIPEDIA, 2015. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Santana_de_Parna%C3%ADba. Acesso em: 06 fev. 2015.

APÊNDICES

Apêndice A – Eixos e etapas de trabalho	214
Apêndice B – Entrevistas qualitativas com atores-chaves para pré-diagnóstico.....	216
Apêndice C – Metodologia para definição de local para aplicação de pesquisa de demanda potencial	218
Apêndice D – Bosque Alceu Geribello	221
Apêndice E – Roteiro de entrevista qualitativa.....	222

Apêndice A – Eixos e etapas de trabalho

Eixo	Atividade	P2	P3	Oficina	P4	Final
1 Proposta conceitual de requalificação urbana do Centro Histórico	Levantamento de dados secundários					
	Levantamento de campo					
	Recomendações para requalificação urbana do Centro Histórico					
	Plano de massas					
2 Desenvolver o sentimento de pertencimento na população de Itu, visando a apropriação das riquezas naturais e culturais	Realizar entrevistas com a Secretaria Municipal de Educação para apurar o interesse e discutir as formas de trabalho com crianças e jovens					
	Consultar o <i>trade</i> turístico sobre a disponibilidade e os meios para receber o ituano em geral					
	Verificar possibilidades de ações conjuntas para servidores públicos com a Escola do Servidor Público, Instituto Legislativo Ituano ou outras entidades					
	Elaborar, sistematizar e consolidar interesses dos públicos-alvo das ações					
	Desenvolver e detalhar projetos, definindo custos, prazos e responsabilidades para escolas do ensino fundamental, para visitação de empreendimentos públicos e privados e de iniciativas de eventos					
3 Envolver a população na atividade turística por meio da geração de trabalho e renda	Levantar e sistematizar as ações em curso					
	Realizar entrevistas com representantes das associações de moradores do Pirapitingui para identificar possíveis talentos e interesses para a produção do artesanato					
	Realizar entrevistas com a Administração da Regional do Pirapitingui, Secretaria de Apoio ao Emprego e Incentivo ao Desenvolvimento e Secretaria de Promoção e Desenvolvimento Social a fim de conhecer os atuais programas públicos que visam o desenvolvimento social da população					
	Discutir com o empresariado local responsável pela fabricação e venda de <i>souvenirs</i> sobre a aceitação e comercialização de novos produtos					
	Verificar com o SEBRAE programas voltados para o empreendedorismo disponíveis para a população					
	Identificar e consultar outros atores interessados					
	Elaborar projetos que indiquem as ações mais adequadas para a população de baixa renda, do artesanato com identidade ituana, de <i>souvenirs</i> que exploram o tema de exagero					
4 Regionalizar os esforços de desenvolvimento do turismo no Roteiro dos Bandeirantes	Pesquisa de campo em Itu dos principais atrativos e equipamentos					
	Pesquisa secundária para levantamento de informações em <i>websites</i> das cidades que constituem o Roteiro dos Bandeirantes					
	Entrevista individual com gestores públicos para identificar principais deficiências, necessidades e oportunidades e experiências exitosas					
	Análise dos esforços realizados pelos municípios, em termos de desenvolvimento turístico, que trouxeram bons resultados e que podem ser benéficos para Itu					
	Recomendação de boas práticas					
	Indicação de possibilidades de contribuição do Roteiro dos Bandeirantes, por meio dos segmentos e roteiros turísticos que complementam a oferta turística regional					
5 Criar sinergia entre as principais instituições de fomento ao turismo	Levantamento bibliográfico em fontes acadêmicas e institucionais para embasar as competências institucionais em geral atribuídas a cada instância					
	Diagnóstico das atuais competências institucionais de cada entidade ligada ao turismo a partir dos textos formais e/ ou legais vigentes					
	Estudo de <i>benchmarking</i> em dois municípios bem sucedidos nas competências institucionais de turismo					
	Recomendações de divisão de competências institucionais entre as entidades ligadas ao setor turístico					
6 Promover e divulgar os atrativos turísticos de Itu	Realização de pesquisa de demanda potencial em Campinas, São Paulo e Piracicaba, por meio de entrevistas aprofundadas, visando entender as objeções de visita a Itu e os atributos principais que outros destinos turísticos oferecem					
	Análise, interpretação e cruzamento dos dados coletados para elaboração de relatório de pesquisa da demanda potencial					

Eixo	Atividade	P2	P3	Oficina	P4	Final
	Briefing de posicionamento de mercado e aspectos mercadológicos relevantes, que deverão ser contemplados nas campanhas e peças promocionais					
	Orientações para aprimoramento do aplicativo de Itu na Copa, com atualização e incremento das informações turísticas					
	Atualização e seleção de informações relevantes para serem disponibilizadas no <i>site</i> oficial de Itu					
7 Alinhar o desenvolvimento turístico e o Plano Diretor da cidade	Análise do Plano Diretor de Itu					
	Listagem dos temas identificados nos outros eixos como relevantes para tramitação legislativa					
	Recomendações de temas a serem incluídos no capítulo de turismo do Plano Diretor					
	Oficina					
	Ajustes e entrega final					

Apêndice B – Entrevistas qualitativas com atores-chaves para pré-diagnóstico

A seguir são sintetizados os pontos principais das entrevistas.

- Envolvimento e participação em associações de fomento do turismo (Entrevistado 3, Entrevistado 11).
- Importância de priorizar o Centro Histórico e as fazendas históricas (Entrevistado 3).
- Reconhecimento do patrimônio histórico-cultural (Entrevistado 3).
- Necessidade de novas rotas e modelos de produtos turísticos, como encenações, para privilegiar o turismo rural e educar turistas e moradores (Entrevistado 3, Entrevistado 8).
- Resgate de artesanato típico (Entrevistado 3).
- Crescimento da demanda, em especial formada por famílias (Entrevistado 3, Entrevistado 6).
- Momento para se criar mais demanda (Entrevistado 3).
- Necessidade de melhorar a articulação entre as instituições ligadas ao turismo (Entrevistado 3, Entrevistado 4, Entrevistado 5, Entrevistado 6, Entrevistado 8, Entrevistado 9, Entrevistado 11).
- Falta de união entre os guias turísticos do município (Entrevistado 4).
- Falta de incentivo para que exista a contratação de profissionais locais (Entrevistado 4, Entrevistado 11).
- Dificuldade de inserção de novos profissionais de turismo no mercado (Entrevistado 4, Entrevistado 8).
- Pouca motivação e interesse da população local em se profissionalizar em turismo (Entrevistado 4).
- Necessidade de sensibilizar as crianças nas escolas para o patrimônio municipal (Entrevistado 4).
- Indiferença dos jovens, proprietários de casas em condomínios e de parcela significativa de moradores com a história de Itu (Entrevistado 4).
- Não aproveitamento de festas religiosas e outros eventos locais como produto turístico (Entrevistado 4).
- Necessidade de revitalização do centro, que tem muitos imóveis ociosos (Entrevistado 4, Entrevistado 6).
- Inoperância do COMTUR impede captação de recursos federais (Entrevistado 5, Entrevistado 6, Entrevistado 11).
- Possibilidade de exploração de festivais gastronômicos, em formato tradicional e também na modalidade de festa de rua (Entrevistado 5).
- Investimento no excursionista (Entrevistado 5).
- Planejamento turístico deve considerar um município organizado e preservado (Entrevistado 5).
- Dificuldade do setor privado em realizar projetos previstos para o turismo (Entrevistado 6).
- Falta de organização turística e infraestrutura geral (Entrevistado 6, Entrevistado 8).

- Avanço pequeno do poder público em relação ao desenvolvimento turístico (Entrevistado 6).
- Dificuldade de preservação do patrimônio histórico-cultural (Entrevistado 6, Entrevistado 8).
- Entendimento da população de que o turismo é negativo para o município (Entrevistado 6).
- Consolidação do Roteiro dos Bandeirantes (Entrevistado 6).
- Desinteresse político de promover o turismo (Entrevistado 6, Entrevistado 11).
- Importância do turismo pedagógico (Entrevistado 8).
- Pouca valorização do patrimônio cultural pelos turistas independentes (Entrevistado 8).
- Diminuição da demanda por turismo pedagógico (Entrevistado 8).
- Falta capacitação de profissionais (Entrevistado 8).
- Distanciamento entre os atrativos e os interesses da população (Entrevistado 8).
- Manutenção dos roteiros oferecidos durante a Copa (Entrevistado 8).
- Organização e capacitação de profissionais para o turismo (Entrevistado 11).
- Implantação de sinalização turística com erros (Entrevistado 11).
- Críticas a alguns pontos do PDT 2009 (Entrevistado 9).
- Novo PDT não deve ter foco exclusivo em marketing (Entrevistado 9).
- Envolver CRAS e Secretaria de Assistência Social em projetos de geração de emprego e renda (Entrevistado 10).
- Avaliar Feira da Barganha como possibilidade de turismo (Entrevistado 10).
- Dar identidade ao artesanato da feirinha (Entrevistado 10).
- Existência de trabalhos acadêmicos sobre fazendas históricas (Entrevistado 7).
- Possibilidade de envolvimento das IES com observatório de turismo (Entrevistado 1, Entrevistado 7, Entrevistado 9).
- Relevância da Semana dos Bandeirantes em Porto Feliz (Entrevistado 7).

Apêndice C – Metodologia para definição de local para aplicação de pesquisa de demanda potencial

Para levantar possíveis locais para coleta de informações, partiu-se do estudo “Caracterização da demanda turística do estado de São Paulo” (FIPE, 2008). As informações tidas como premissas para a delimitação da área de aplicação da pesquisa de demanda são a disponibilidade de tempo para se chegar ao destino, a renda *per capita* mensal e as regiões administrativas que geraram fluxo de turista para a região administrativa de Sorocaba, onde o município de Itu está localizado.

Os turistas paulistas motivados por aspectos culturais estão dispostos a despende até 2h20 para chegar ao destino. Os interessados em turismo rural gastam até 2h14 nas viagens de finais de semana. Os viajantes que buscam ecoturismo estão dispostos a viagens de até 2h45 nos finais de semana (FIPE, 2008). Assim, é seguro assumir que turistas a 2 horas de Itu não teriam como entrave o tempo de viagem.

Além do tempo de deslocamento, é preciso que se leve em conta a facilidade de acesso e as condições rodoviárias, além da renda disponível para lazer e turismo. A renda *per capita* mensal para turistas do segmento cultural é R\$ 1.625; para os turistas do segmento rural, R\$ 1.796; e para os ecoturistas, R\$ 2.079 (FIPE, 2008).

A principal região administrativa geradora de fluxos turísticos para a região de Sorocaba é a de Marília, seguida pela própria região de Sorocaba e a Região Metropolitana de São Paulo (FIPE, 2008).

A Tabela 6 condensa os dados das premissas estabelecidas, indicando: a distância entre o município sede da região administrativa e Itu e o tempo estimado de viagem; as condições de acesso a Itu; a renda *per capita* no município sede da região administrativa; e as dez regiões administrativas com maior participação no fluxo turístico da região de Sorocaba.

Tabela 6 – Premissas para locais para a pesquisa de demanda no estado de São Paulo

Região administrativa	Distância (km) (1)	Tempo estimado de viagem (h) (1)	Acessos principais (1)	Condição dos acessos (2)	Renda <i>per capita</i> (R\$) (3)	Participação no fluxo turístico da Região Adm. de Sorocaba (%) (4)
Araraquara	210	2:34	SP-308 Rodovia do Açúcar SP-310 Washington Luís	Boa Boa	1.909,54	5,1
Barretos	360	4:25	SP-308 Rodovia do Açúcar SP-310 Washington Luís SP-326 Brig. Faria Lima	Boa Boa Boa	1.619,06	6,0
Bauru	235	3:05	SP-300 Marechal Rondon	Ótima	1.887,15	3,7
Campinas	49	0:42	SP-075 Eng. Ermenio de Oliveira Penteado	Ótima	2.680,01	5,6
Metropolitana de Campinas	49	0:42	SP-075 Eng. Ermenio de Oliveira Penteado	Ótima	2.680,01	3,8
Metropolitana da Baixada Santista	172	2:20	SP-280 Castello Branco	Ótima	2.162,53	6,0
Marília	341	4:17	SP-300 Marechal Rondon SP-294 Cmte. João Ribeiro de Barros	Ótima Boa	1.871,19	15,1
Metropolitana de São Paulo	101	1:18	SP-280 Castello Branco	Ótima	2.777,20	8,9
Registro	191	2:21	SP-079 Ten. Celestino Américo BR-116 Regis Bitencourt	Ótima Boa	1.547,02	5,5
Sorocaba	36	0:32	SP-075 José Ermírio de Moraes	Ótima	2.159,92	12,3

Fontes: (1) DER, 2014; (2) CNT, 2013; (3) SEADE, 2014; (4) FIPE, 2008.

Nota: a Região Metropolitana de Campinas está contida na região administrativa de Campinas, mas no estudo os dados de fluxo são tratados separadamente.

O cruzamento das premissas estabelecidas com as informações das regiões administrativas que mais impactam o turismo na região de Itu (Tabela 6) cria uma linha de corte que restringe as localidades para a realização da pesquisa da demanda. A premissa do tempo estimado de viagem ser inferior a 2 horas, que corresponde à disponibilidade de tempo do turista para chegar ao destino, é a principal limitadora. Nesse grupo ficam incluídas as regiões administrativas de Campinas, São Paulo e Sorocaba, incluindo as regiões metropolitanas das duas primeiras.

O requisito de ter fácil acesso por rodovias em boas condições é cumprido por todas as localidades que não foram excluídas pela premissa anterior. A renda *per capita* mensal também não atua como aspecto limitador, não restringido nenhuma outra região. Ao contrário, a renda *per capita* nas quatro regiões ainda consideradas é superior à renda média dos turistas pesquisados, o que pode ser de grande valia, pois entrevistas com esse público podem esclarecer porque consideram ou não valorizam Itu como uma opção importante de destino turístico.

Quanto à participação das regiões administrativas no fluxo turístico, o que se busca é um índice pequeno, já que a intenção é identificar os turistas que não vão a Itu. Assim, a região administrativa de Sorocaba passa a ser desconsiderada. A Região Metropolitana de São Paulo, embora apareça em terceiro lugar na composição do fluxo de turistas da região administrativa de Sorocaba, representa menos de 10% do

total; ademais, estima-se que sua população ultrapasse os 20 milhões de habitantes (SEADE, 2014), sendo um público muito vasto para ser desconsiderado. Por esses motivos, é válido mantê-la no grupo de localidades a serem pesquisadas.

Com isso, firmam-se como pontos importantes para a realização da pesquisa de demanda prevista os municípios da região administrativa de Campinas, da Região Metropolitana de Campinas e da Região Metropolitana de São Paulo. Como o município de Campinas qualifica-se duas vezes, optou-se por expandir o grupo de municípios da região administrativa e, então, chegar a uma terceira localidade a ser pesquisada.

São 90 municípios que compõem a região administrativa de Campinas, mas, quando excluídos os da Região Metropolitana, restam 70. Desse universo, menos de dez municípios têm população superior a 100 mil habitantes, sendo que somente Jundiaí e Piracicaba ultrapassam a marca dos 375 mil habitantes. Cabe lembrar que o objetivo é identificar a falta de fluxo turístico significativo proveniente de determinada localidade, portanto o tamanho da população é uma variável importante. De fato, Jundiaí e Piracicaba têm, para os critérios aqui estabelecidos, perfis bastante semelhantes (Tabela 7), de maneira que a pesquisa de demanda poderia ser conduzida tanto em um quanto em outro município. Piracicaba teria sido escolhida por conveniência.

Tabela 7 – Premissas para identificar local para a pesquisa de demanda na região administrativa de Campinas

Município	Tempo estimado de viagem (h) (1)	Acessos principais (1)	Condição dos acessos (2)	População	Renda <i>per capita</i> (R\$) (3)
Jundiaí	0:42	SP-300 Dom Gabriel Paulino Bueno Couto	Ótima	386.677	2.261,49
Piracicaba	1:03	SP-308 Rodovia do Açúcar	Boa	375.358	2.359,20

Fontes: (1) DER, 2014; (2) CNT, 2013; (3) SEADE, 2014.

Após avaliar essas considerações, o parecer do Plano de Trabalho apresentado ao contratante solicitou que Piracicaba fosse substituída por Sorocaba, o que foi feito.

Apêndice D – Bosque Alceu Geribello

Localizado no Bairro Brasil, área próxima ao centro de Itu, o Bosque Alceu Geribello é um parque agradável que conta com trilha ecológica, *playground* e área destinada à prática de atividades físicas. Também há mesas e cadeiras, que podem ser usadas para piquenique ou para descanso.

Figura 106 – Bosque Alceu Geribello, entrada



Fonte: Ágere, 2015.

Além de um importante equipamento de lazer para a população ituana, conta com o Centro de Educação Ambiental, um espaço educativo destinado a pessoas que queiram aprender sobre natureza, qualidade de vida e sustentabilidade. Ali são realizadas visitas monitoradas, organizadas pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Itu. O objetivo das visitas é promover e fomentar práticas sustentáveis.

Aos sábados, é realizada a Feira de Produtos Orgânicos e às quintas-feiras há oficinas de Dança Circular.

Figura 107 – Área de lazer



Fonte: Ágere, 2015.

Apêndice E – Roteiro de entrevista qualitativa

- Dados gerais e de viagem: nome, cidade, profissão, idade, com quem normalmente viaja, frequência de viagens por ano, meio de transporte, períodos preferidos, destinos de férias, destinos de finais de semana/feriados, para onde mais vai/ motivo, destino que mais gosta) / motivo.
- Para você, é importante variar o destino? Procura lugares novos ou prefere voltar aos destinos conhecidos?
- Qual destino tem os melhores hotéis? E os melhores restaurantes? E as melhores opções de lazer (quais)?
- O que mais influencia a escolha do destino? (preço, moda, facilidade, localização, indicação).
- Nas últimas viagens, o que mais influenciou a escolha? Por que você escolheu o destino?
- Já visitou Itu a lazer?

Sim	Não
Como ficou sabendo? (Indicação de amigos, revista, <i>site</i> e etc.).	Por que nunca visitou Itu?
Gostou?	Qual a imagem que você tem da cidade?
Do que mais gostou?	Para onde você gosta de ir aos feriados e finais de semana?
Do que não gostou?	Já viu informações sobre Itu? (<i>site</i> , filme, revista etc.).
Do que sentiu falta?	
Qual é a sua opinião sobre os atrativos turísticos/ hotelaria/ gastronomia/ outros serviços receptivos?	
O que mais marcou?	
Qual imagem tem da cidade?	
Você voltaria? Por quê?	
Você indica Itu para seus amigos e parentes?	

- Você gostaria de conhecer/ voltar a Itu?
- A partir das fotos (Figura 108), diga: Que destino a foto lembra? Gostou de lá? Por quê? Você gostaria de ir a um destino que tivesse atrativo assim?

Figura 108 – Material para entrevista qualitativa





ANEXOS

Anexo A – Principais aspectos da pesquisa IBOPE, 2008	226
Anexo B – Principais aspectos do PDT, 2009.....	229
Anexo C – Plano de Governo de Itu, 2013-2016, propostas de turismo.....	231

Anexo A – Principais aspectos da pesquisa IBOPE, 2008

Os aspectos que merecem ser ressaltados são:

- na área temática “viver em Itu hoje”, a relação da população com Itu é de ambiguidade: a cidade é valorizada por ser sossegada, segura, ter um bom ar e um bom clima, mas considera-se que carece de desenvolvimento e oportunidades para seus moradores; os jovens são os mais descontentes;
- em relação à história de Itu, as lideranças falam da necessidade da preservação consciente e também do desinteresse dos jovens quanto ao tema; a população, por outro lado, reconhece a relevância histórica do município mas se ressentida de sua valorização excessiva;
- tratando da autoimagem do ituano, a pesquisa relata um incômodo quanto à fama de Itu ser a “Terra do Exagero”, mas a opinião de que, como a fama já existe, deve-se tirar algum proveito;
- os condomínios aparecem de forma espontânea nas falas: para as lideranças, contribuem com o turismo e com a renda da cidade, mas elevam preços do comércio e o custo de vida; para a população em geral, os condôminos pouco interagem com a cidade e há uma desconfiança de que impedem o desenvolvimento industrial de Itu para poupar o ar e a beleza da cidade;
- a convivência em Itu se dá em três grandes blocos: Centro Histórico, condomínios e Cidade Nova;
- a vocação turística do município é percebida pelas lideranças e profissionais do setor, mas para a população o turismo é indiferente; o desafio de promover o desenvolvimento de Itu é uma preocupação geral;
- oportunidades e deficiências para o turismo foram indicadas por todos os públicos pesquisados (Figura 109 e Figura 110);

Figura 109 – Pesquisa Ibope, oportunidades do turismo




OPORTUNIDADES	
Lideranças e População	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimônio religioso: igrejas do séc. XVIII a XIX • Fazendas antigas • Museus • Artes Plásticas • Boa localização: perto de São Paulo
Lideranças	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimônio Histórico: 400 anos de história • História Política: primeiro Presidente do Brasil, evento Maragatos • Fábrica de tecidos São Luiz • Vida rural • Campings • Boa infraestrutura urbana • Boas vias de acesso
População	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo ecológico: interesse na preservação ambiental • Passeios noturnos: cavalo ou bicicleta • Festas Regionais • Hotelaria • Restaurantes

IBOPE
Inteligência

Fonte: IBOPE, 2008.

Figura 110 – Pesquisa Ibope, deficiências do turismo



DEFICIÊNCIAS


- ❖ Como dito anteriormente, para a população que não trabalha com turismo, a deficiência é falta de diversificação dos programas de turismo. Entre os profissionais de turismo e as lideranças, faltaria sinergia no setor.
- ❖ No entanto, a maior deficiência enxergada tanto nos grupos quanto nas entrevistas é de que falta uma linha de conduta, uma decisão. Há a necessidade de uma linha mestra, uma conduta geral que amarre as alternativas turísticas, que seja menos espontânea, mais planejada e organizada. Nesse sentido, fala-se muito do papel da Prefeitura nesse processo.
- ❖ As lideranças acreditam que sem o apoio da Prefeitura nenhuma ação sairá do papel. Para eles, é fundamental um acordo entre as ações de iniciativa privada e as ações da Prefeitura.

IBOPE
Inteligência

Fonte: IBOPE, 2008.

É relevante como os jovens enxergam o turismo.

Figura 111 – Pesquisa Ibope, turismo para os jovens



Turismo: Diferenciação e Potencial por áreas

PARA JOVENS: O turismo é para turista: sentem-se excluídos - não podem beneficiar-se.

Turismo rural: simpático, conhecem de ver falar, nunca se utilizaram → menos acessível a todos por ser caro. A oportunidade: meio ambiente e esportes

Turismo religioso: acessível, mas repetitivo aos olhos deles "Ninguém vai ficar vendo igreja um monte de vezes, veio, viu e chega." "Só vou por obrigação, quando a escola levava"

Histórico/político: considerado como obrigação escolar; mas têm orgulho quando falam sobre isso


Turismo de negócios: não fazem referência

IBOPE
Inteligência

Fonte: IBOPE, 2008.

Algumas conclusões da pesquisa são apontadas a seguir.


Figura 112 – Pesquisa Ibope, conclusões e recomendações



Conclusões e Recomendações

- ❖ Pensar sobre o desenvolvimento turístico em Itu é na verdade pensar sobre como a cidade deve lidar com o seu passado e sua história.
- ❖ A preservação do patrimônio histórico e cultural de Itu não é vista como um benefício em si mesmo pela população, nem mesmo por aqueles que trabalham ligados ao turismo. O discurso preservacionista, portanto, gera o questionamento: “preservar para quem?”
- ❖ Essa questão ganha contornos ainda mais negativos quando leva-se em conta o contexto de desigualdade de Itu, chegando a aparecer uma cidade dividida em “três mundos” totalmente distintos e distantes entre si!
- ❖ Nesse sentido, é fundamental traduzir numa linguagem comum, de forma contundente e sobretudo pragmática:
 - ✓ HISTÓRIA → HERANÇA
 - ✓ PASSADO/PRESENTE → FUTURO

IBOPE
inteligência



Conclusões e Recomendações

- ❖ Dificilmente, a curto ou médio prazo, os ituanos ou mesmo os “moradores de final de semana”, que não estão ligados à atividade turística, conseguirão visualizar o Turismo como a vocação econômica prioritária de Itu.
- ❖ A atividade industrial, nesse sentido, precisa ter seu espaço no projeto de desenvolvimento de Itu, mas desde já com um sentido de “diversificação saudável” e com papel cada vez mais coadjuvante.
- ❖ Os jovens de Itu, público com postura mais desencantada, serão facilmente atraídos para o projeto se visualizarem oportunidades de emprego e de lazer acessível.
- ❖ Os próprios trabalhadores ligados ao turismo apontam a falta de diversificação e as carências estruturais como entraves para que esse projeto tenha sucesso. A diversificação é bem vinda, mas talvez seja necessário um “eixo” que, aparentemente, é dado pelo Turismo Rural que engloba melhor o que é a “Experiência de Itu”
- ❖ Pensando no futuro do Turismo em Itu, a demanda geral é justamente que haja uma “Linha Mestra” para o desenvolvimento dessa atividade, a qual deverá ser implantada pela Prefeitura (com mais “paixão” e “urgência”), com o fundamental apoio da Protur.

IBOPE
inteligência

Fonte: IBOPE, 2008.

O fato de a pesquisa ter sido conduzida em 2008 não diminui o valor de seus resultados. Pode levar gerações para que as percepções retratadas sofram mudanças.

Anexo B – Principais aspectos do PDT, 2009

A Figura 113 mostra os principais desafios identificados.

Figura 113 – PDT 2009, desafios



Fonte: Ágere, 2009.

Com o uso de alguns instrumentos de análise, o PDT 2009 propôs, a partir dos desafios, diretrizes de desenvolvimento turístico (Figura 114).

Figura 114 – PDT 2009, diretrizes



Fonte: Ágere, 2009.

As principais recomendações do PDT 2009 encontram-se sumarizadas na Figura 115.

Figura 115 – PDT 2009, recomendações

Fonte: Ágere, 2009.

Anexo C – Plano de Governo de Itu, 2013-2016, propostas de turismo

Figura 116 – Plano de governo, propostas de turismo



TURISMO

PROPOSTAS

NÚCLEO DE PESQUISA NO TURISMO

- 1 Criar um núcleo de pesquisa voltado para o monitoramento de dados e informações, que gerará relatórios sobre a evolução do turismo de Itu, fornecendo subsídios atualizados para tomada de decisões no setor;

PROGRAMA MUNICIPAL “BEM VINDO A ITU”

- 1 Ampliar o trabalho de recepção ao turista, criando o Programa Municipal “Bem Vindo a Itu”, constituído por 4 projetos:
 - a) Sensibilização Turística para Crianças – Trilha do Saber pra Crianças;
 - b) Oficinas Turísticas para público em geral;
 - c) Sensibilização Turística para Comerciantes e Prestadores de Serviços;
 - d) Sensibilização Turística para Servidores Municipais;

CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

- 1 Criar e distribuir peças publicitárias – folders, mapas, cartazes, vídeos – sobre o Turismo de Itu, em diversas línguas e em braille, para divulgação de seus atrativos junto aos agentes e feiras do mercado turístico de todo o mundo;

CRIAR O PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

CITY TOUR

- 1 Buscar com a iniciativa privada a colocação de 01 micro-ônibus, estilo jardineira, para city tour nos pontos turísticos municipais – Centro Histórico, Parque do Varvito e fazendas rurais;

CASA DO TURISTA

- 1 Construir a Casa do Turista – Centro de Apoio e Informações Turísticas com estacionamento para ônibus e vans;

INCENTIVO E APOIO AOS GUIAS TURÍSTICOS

NOVO TERMINAL RODOVIÁRIO

- 1 Construir novo Terminal Rodoviário;

CONTINUIDADE AO PROJETO DE ACESSIBILIDADE

- 1 Dar sequência ao projeto de acessibilidade que já começou nas ruas do Centro e para todos os prédios públicos de interesse turístico, em garantia da acessibilidade aos portadores de necessidades especiais;

COMPLEXO TURÍSTICO

- 1 Implantar complexo turístico no entorno da Estação Ferroviária e ferrovia a ser concluída, com o restauro dos antigos galpões, reutilizando-os como espaços culturais e atrativos turísticos, e implantação de novas áreas de lazer;

CAPACITAÇÃO DOS PROFISSIONAIS LIGADOS AO TURISMO

- 1 Ampliar as parcerias para a realização de cursos de qualificação profissional para motoristas, taxistas, recepcionistas, etc., especialmente Inglês, sendo que estes cursos serão oferecidos pelo Centro de Capacitação Profissional criado pela atual Administração.





Fonte: Plano..., s.d.