



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
EDTM – ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO

**A OBSERVAÇÃO DE AVES COMO PROMTORA DA VALORIZAÇÃO DO
PATRIMÔNIO NATURAL E CULTURAL DO MUNICÍPIO DE OURO PRETO,
MINAS GERAIS**

GUSTAVO TEIXEIRA BATTILANI

Ouro Preto (MG)

2024

GUSTAVO TEIXEIRA BATTILANI

**A OBSERVAÇÃO DE AVES COMO PROMOTORA DA VALORIZAÇÃO DO
PATRIMÔNIO NATURAL E CULTURAL DO MUNICÍPIO DE OURO PRETO,
MINAS GERAIS.**

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da
Universidade Federal de Ouro Preto como parte dos
requisitos necessários para a obtenção do grau em
Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Solano de Souza Braga

Ouro Preto - MG

11 de Outubro de 2024

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

B336o Battilani, Gustavo Teixeira.

A observação de aves como promotora da valorização do patrimônio natural e cultural do município de Ouro Preto, Minas Gerais. [manuscrito] / Gustavo Teixeira Battilani. - 2024.
50 f.

Orientador: Prof. Dr. Solano de souza Braga.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola de Direito, Turismo e Museologia. Graduação em Turismo .

1. Observação de Aves. 2. Ecoturismo. 3. Turismo - Marketing. 4. Natureza. I. Braga, Solano de souza. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 338.48

Bibliotecário(a) Responsável: Maristela Sanches Lima Mesquita - CRB-1716



FOLHA DE APROVAÇÃO

Gustavo Teixeira Battilani

A observação de aves como promotora da valorização do patrimônio natural e cultural do município de Ouro Preto, Minas Gerais

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Aprovada em 11 de outubro de 2024

Membros da banca

Doutor - Solano de Souza Braga - Orientador(a) Universidade Federal de Ouro Preto
Doutora - Suzana Fernandes de Paula - Universidade Federal de Ouro Preto / Prefeitura Municipal de Ouro Preto
Doutor - Airton Janes da Silva Siqueira - Universidade Federal do Piauí

Solano de Souza Braga, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 31/10/2024.



Documento assinado eletronicamente por **Solano de Souza Braga, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 31/10/2024, às 15:20, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0804073** e o código CRC **3FECF752**.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de expressar minha profunda gratidão à minha mãe, Regina Francisca Teixeira. Sua força, carinho e dedicação foram essenciais durante toda a minha graduação e em minha vida. Sua motivação diária e apoio contínuo para mim e meus estudos me impulsionaram a cada etapa dessa jornada.

Agradeço ainda ao meu orientador, Solano de Souza Braga, que desempenhou um papel fundamental no meu aprendizado. Sob sua orientação, a experiência de escrever a monografia foi tranquila e enriquecedora. Além disso, as oportunidades de participar na construção de projetos, visitas técnicas e monitoria, em conjunto com ele e a turma, contribuíram significativamente para meu desenvolvimento acadêmico, pessoal e profissional, algo que levarei comigo por toda a vida. Ademais, sou grato a todo o corpo docente do curso de Turismo da UFOP, que foi excepcional em cada etapa da minha formação. Cada professor deixou uma marca importante no meu crescimento.

Agradeço também a minha família materna, especialmente minha madrinha Lúcia e meu padrinho Ataíde.

Por fim, gostaria de agradecer aos meus amigos Francis, Marco Aurélio, Larissa, Sara e Carol pela parceria e amizade ao longo dessa jornada.

A OBSERVAÇÃO DE AVES COMO PROMOTORA DA VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO NATURAL E CULTURAL DO MUNICÍPIO DE OURO PRETO MINAS GERAIS

Resumo

Este trabalho surge da necessidade de compreender e abordar os desafios enfrentados por Ouro Preto, em Minas Gerais, no contexto do turismo, com foco na gestão e promoção do patrimônio cultural e natural. A pesquisa destaca a influência significativa do mercado turístico e das estratégias de *marketing* na percepção dos visitantes sobre a autenticidade das experiências locais, evidenciando a necessidade de uma abordagem mais abrangente e autêntica para além do seu centro histórico. O estudo também introduz o *Birdwatching* como uma alternativa turística potencialmente transformadora, integrando elementos naturais e culturais para diversificar a oferta turística. O estudo teve origem em uma análise detalhada do turismo de observação de pássaros no município de Ubatuba/SP, Brasil, conforme a pesquisa conduzida por Reinaldo Dias e Victor Figueira (2010). Além disso, foram coletados dados por meio da plataforma Wiki Aves e da aplicação de questionários específicos. As informações obtidas foram analisadas estatisticamente para identificar padrões e tendências significativas. A pesquisa demonstrou que o *Birdwatching* pode diversificar a oferta turística em Ouro Preto e ajudar a promover novas experiências para além de seu centro histórico e fortalecer a imagem da cidade por meio de plataformas digitais, sem a redução de seus valores culturais e naturais.

Palavras-chave: Observação de Aves; Ecoturismo; *Marketing*; Natureza

**BIRDWATCHING AS AN ARTICULATOR OF THE VALORIZATION OF THE
NATURAL AND CULTURAL HERITAGE OF OURO PRETO CITY, MINAS
GERAIS**

Abstract

This work arises from the need to understand and address the challenges faced in Ouro Preto city, in Minas Gerais, in the context of tourism, focusing on the management and promotion of cultural and natural heritage. The research highlights the significant influence of the tourism market and marketing strategies on visitors' perception of the authenticity of local experiences, highlighting the need for a more comprehensive and authentic approach beyond the historic center of the city. The study also introduces Birdwatching as a potentially transformative tourism alternative, integrating natural and cultural elements to diversify the tourism offer. The study originated from a detailed analysis of birdwatching tourism in the city of Ubatuba, SP, Brazil, based on the research conducted by Reinaldo Dias and Victor Figueira (2010). Additionally, data were collected through the Wiki Aves platform and the administration of specific questionnaires. The obtained information was statistically analyzed to identify significant patterns and trends.

Keywords: Birdwatching; Ecotourism; Marketing; Nature

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa: Bairros/ Santana e São Sebastião -----	14
Figura 2 - Ruínas Morro da Queimada -----	15
Figura 3 - Capela de São João Basta – Bairro: Morro São Sebastião -----	16
Figura 4 - Bar do Baú – Bairro:Morro Santana -----	16
Figura 5 - Entrada do Bar da Nida – Bairro Morro São Sebastião -----	17
Figura 6 - Hostel La Aldeia Zen – Bairro: Morro São Sebastião -----	18
Figura 7 - Cachoeira da Folinha – Bairro: Morro São Sebastião -----	18
Figura 8 - Mapa: Bairro São Cristóvão -----	19
Figura 9 - Pousada Inconfidência Mineira -----	20
Figura 10 - Hotel Recanto do Ouro -----	20
Figura 11 - Supermercado Farid -----	21
Figura 12 - Ponto de ônibus – Bairro: São Cristóvão -----	21
Figura 13 - Minas Du Veloso – Bairro: São Cristóvão -----	22
Figura 14 - Serra Do Veloso – Bairro: São Cristóvão -----	22
Figura 15 - Tico-tico-de-máscara-negra (Coryphaspiza melanotis) -----	24
Figura 16 - Pato-mergulhão (Mergus–Octosetaceus) -----	24
Figura 17 - Tangará- dançador - (Chiroxiphia caudata) -----	28
Figura 18 – Pico Itacolomi/ Casarões Históricos em Ouro Preto, Minas gerais -----	34

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Você Já ouviu falar sobre a cidade de Ouro Preto (Minas Gerais)? -----	33
Gráfico 2 - Se sim, onde você ouviu falar sobre a cidade de Ouro Preto? -----	33
Gráfico 3 - Qual das Imagens mais te remete a cidade de Ouro Preto? -----	35
Gráfico 4 - Frequência de Gênero dos Visitantes -----	39
Gráfico 5 - Frequência de origem dos Estados Dos Visitantes -----	40
Gráfico 6 - Você é praticante do Birdwatching? -----	40
Gráfico 7 - Você estaria interessado(a) em praticar Birdwatching em Ouro Preto? -----	41
Gráfico 8 - O que te atrairia mais para praticar o Birdwatching em Ouro Preto? -----	41
Gráfico 9 - O que você acha essencial para a cidade reforçar sua marca ecoturística e atrair praticantes do Birdwatching? -----	43

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Praticantes da Observação de Aves em Ouro Preto, Minas Gerais -----	36
---	-----------

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1 <i>Ouro Preto: Desafios de Preservação da identidade Local Frente às Narrativas Mercadológicas.....</i>	11
2.2 <i>Birdwatching em Ouro Preto: Potencialidades e Desafios para o Desenvolvimento Sustentável.....</i>	13
2.3 <i>Ouro Preto: Potencial do Birdwatching na promoção do turismo sustentável em seus bairros marginalizados.....</i>	23
2.4 <i>Integração do Birdwatching: e valorização do Patrimônio Cultural e Natural em destinos Turísticos: Exemplos de Ubatuba e Ouro Preto</i>	26
3. METODOLOGIA.....	31
4. RESULTADOS.....	32
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48

1. Introdução

Ouro Preto, em Minas Gerais, Brasil, destaca-se nacionalmente e internacionalmente por seu patrimônio histórico e cultural refletido em seus bens materiais e imateriais que permeiam sua história e seus espaços. O município foi um dos primeiros a serem tombados pelo IPHAN em 1938, e a primeira cidade brasileira a receber o título de Patrimônio Mundial, conferido pela UNESCO, em 1980 (IPHAN, 2023). Fato esse que futuramente lhe atribuiria grande relevância e diferenciação em meio ao setor turístico para o seu território.

Todavia, grande parte da sua identidade cultural e histórica é destacada em meio ao setor através de uma dominação estética e paisagística sobre o seu centro histórico. Esse papel é frequentemente apropriado pelo setor do turismo e *marketing* como parte de suas estratégias para engajar e atrair públicos consumidores em suas páginas, *websites*, canais, entre outros, fazendo com que haja uma limitação dos princípios e qualidades de seu território quando apresentados de maneira simplista por essas plataformas. Como consequência disso, os bairros periféricos e o patrimônio natural que os cerca são frequentemente marginalizados pelo setor do turismo, embora também façam parte dos ideais de todo local que foram construídos ao longo do tempo. Essa situação oculta o quanto o seu acervo natural pode também valorizar e representar seus meios sociais e culturais através dessa relação pouco indagada.

O *Birdwatching* pode ser uma forma única de turismo que promove a natureza e a cultura local de Ouro Preto, proporcionando experiências que podem se expandir em todo o território e com isso ajudar a trazer benefícios para os locais marginalizados pelo turismo. Além disso, tais locais também podem ser favorecidos pelo setor através da expansão de suas segmentações e da valorização do seu ambiente natural como uma ferramenta de poder econômico, social e cultural. Ao considerar a observação de aves como uma atividade potencialmente transformadora, é possível avaliar como ela influencia a interpretação do visitante sobre o ambiente local em face das suas experiências, especialmente quando comparada a outras formas de turismo convencional.

O *Birdwatching*, ao integrar elementos naturais e culturais, apresenta-se como uma alternativa que pode proporcionar uma compreensão mais abrangente de toda a Ouro Preto. No entanto, os obstáculos para a implementação bem-sucedida do *Birdwatching* na cidade demandam uma análise aprofundada. Identificar e superar tais desafios é fundamental para garantir que essa prática contribua efetivamente para o desenvolvimento sustentável, sem comprometer os valores locais.

2. Referencial Teórico

2.1 Ouro Preto: Desafios de preservação da identidade local frente às narrativas mercadológicas

A ascendência clara de pontos distintivos de um destino turístico por meio de sua própria valorização se torna algo bastante eficaz para seu sucesso e destaque no mercado turístico. Sua essência não só orienta a sua gestão, mas também pode garantir o seu sucesso a longo prazo em meio às diversas estabilidades e instabilidades do setor turístico, onde surgem novas marcas, identidades, enquanto outras simplesmente são deixadas ao vazio devido a uma má gestão ou pela comodidade de sua prosperidade imediata.

Este é um fenômeno comum em destinos turísticos que se concentram demais em seu “produto” já estabelecido, muitas vezes focando em um único aspecto a partir de peculiaridades encontradas em seu espaço, terminando por negligenciar outras potencialidades locais, além da possibilidade de expandir a sua diversificação da oferta turística e seus benefícios, como é o caso de emblemático de Ouro Preto. Essa concentração excessiva em um único aspecto pode levar à superexploração desse recurso específico, enquanto outras atrações e experiências únicas permanecem subutilizadas.

Em meio a isso, o próprio município pode estar sujeito uma dependência excessiva do turismo cultural e histórico, que hoje é predominante no centro histórico e que também é consideravelmente restrito a esse espaço e seus comércios presentes como hotéis, restaurantes, minas de ouro e serviços de guiamento. Além disso, essa situação pode gerar uma sensação de frustração e descontentamento entre os residentes, que podem sentir que as singularidades de seu espaço são exploradas apenas superficialmente em prol do turismo.

Essa barreira na comunidade local é agravada pela apropriação e simplificação das narrativas e valores locais pela indústria turística, muitas vezes distorcendo aspectos da cultura e história locais para atender aos interesses comerciais. Isso pode resultar em uma perda de originalidade, afetando tanto a experiência dos visitantes quanto o senso de pertencimento dos moradores em relação ao seu próprio destino.

Gomes (2013) argumenta que o turismo, muitas vezes, é baseado na lógica mercadológica capitalista, onde o turista é visto como consumidor e o nativo como parte do produto oferecido. Essa dinâmica mercadológica não só gera conflitos, como também afeta a autenticidade e a identidade cultural dos povos, levando seus valores culturais e sociais gerados pelas diversas dinâmicas do seu território local a uma mera simplificação. A análise de Gomes

(2013) defende que, ao transformar aspectos culturais em mercadorias, o turismo pode comprometer a verdadeira essência das culturas locais, reduzindo-as a objetos de consumo.

Os relacionamentos culturais provenientes da atividade turística nem sempre são harmoniosos, mas sim, permeadas por entraves advindos da lógica mercadológica, capitalista, fundamentado no âmbito puramente econômico, onde se tem um sujeito como consumidor – turista – e outro, como parte da mercadoria – nativo. Esse comportamento social, gerado a partir do fenômeno turístico, efetivamente produz transformações de autenticidade e identidade cultural de povos e nações ao redor do mundo. (GOMES, 2013, p. 23).

Santos (2014) ressalta a ideia de que o turismo pode representar uma oportunidade de libertação dos indivíduos de padrões alienantes e impessoais, proporcionando experiências enriquecedoras e autênticas. Porém, por outro lado, Santos (2014) adverte sobre os perigos de uma cultura turística dominada pela estetização superficial e pela obsessão com imagens padronizadas, que podem distorcer a percepção da realidade e empobrecer a experiência humana.

Hoje, o turismo é confrontado com uma antítese entre a perspectiva de uma ocasião de libertação dos indivíduos de um feitiço poderoso da atração pela impessoalidade e pelas sociabilidades normalizadoras, e a queda no empobrecimento da experiência humana, dominada por uma euforia estetizadora, entregue a uma embriaguez das imagens que oscilam entre trivialização e revitalização culturais. (SANTOS, 2014, p. 417).

Ao realizar uma investigação superficial em mecanismos de busca como *Google*, *Instagram*, *Facebook*, ou mesmo em portais de agências de viagens, torna-se patente a prevalência de imagens que retratam o patrimônio histórico e cultural de destinos turísticos de forma estética e padronizada, como é o caso de Ouro Preto. Essas representações, contudo, frequentemente exibem uma simplificação estética da localidade, primordialmente concebidas para cativar momentaneamente o olhar do espectador. Dessa forma, os produtos turísticos disponibilizados *online* nem sempre refletem fielmente a essência e qualidade da experiência real, podendo ser distorcidos ou maquiados para atender a demandas comerciais ou expectativas superficiais. Tal fenômeno, portanto, não apenas influencia a percepção por parte dos potenciais visitantes, mas também pode impactar negativamente em sua própria experiência ao se depararem com uma realidade muitas vezes discrepante daquela idealizada virtualmente.

O desenvolvimento intensivo de determinados processos técnicos de reprodução parece ter fornecido o meio para a diferenciação e gradação da “autenticidade”. Acontece que, com a invenção de meios técnicos de reprodução em série da arte, a qualidade da “autenticidade” fica em crise, ocasionando, como ela, a perda da “aura tradicional”, como consequência da sua multiplicação. (SANTOS, 2014, p. 417).

Urge promover um diálogo mais puro e inclusivo entre as narrativas turísticas veiculadas *online* e a realidade cultural e histórica das comunidades locais, visando preservar a integridade dos destinos turísticos frente à crescente influência das redes sociais e plataformas digitais. O argumento de Santos (2014) sobre a crise na percepção de autenticidade diante do desenvolvimento de processos técnicos de reprodução em massa é fundamental para compreendermos as dinâmicas contemporâneas da produção cultural. Sua análise sugere que a proliferação desses meios técnicos não apenas transformou a forma como consumimos certos produtos, mas também reconfigurou nossa compreensão da própria essência daquilo que consumimos.

2.2 *Birdwatching* em Ouro Preto: Potencialidades e desafios para o desenvolvimento sustentável

Ouro Preto, com sua área de 1.245,865 km² (Prefeitura de Ouro Preto, 2024) e com bairros em regiões mais afastadas de seu centro histórico, possui grandes potencialidades para a aplicação do Turismo e observação de Aves e para alcançar o desenvolvimento e expansão dos benefícios do turismo em seu território periférico. Além disso, a cidade tem potencial para ir além do turismo padronizado, fazendo com que as estratégias de *marketing* passem a ser um fator positivo e benéfico através da própria valorização de seus recursos naturais.

Usando o *Birdwatching* como reforço de sua marca ecoturística e ferramenta articuladora de valorização de seu patrimônio natural e cultural, é possível atuar de maneira mais abrangente podendo se integrar diretamente e indiretamente a outras segmentações. Soma-se, ainda, o fato de que essas áreas marginalizadas pelo turismo em Ouro Preto possuem proximidade com áreas naturais e materiais de grande relevância sobre o contexto histórico e cultural do município e que, juntamente à biodiversidade existente, foi fundamental e complementar diante de toda sua história.

Podemos citar, como exemplo, os bairros Morro São Sebastião e Morro Santana: são intimamente ligados ao patrimônio natural e histórico de Ouro Preto, não somente pela sua proximidade, mas também pela vivência de seus moradores diante aos espaços que os cercam e que foram essenciais para a construção de sua identidade social e cultural.



Figura 1. (Imagem do Mapa Bairro/Santana e São Sebastião) - Fonte: Google Maps, 2024.

Os dois bairros dispõem de um grande potencial para o desenvolvimento do turismo em seus espaços graças as suas atratividades naturais e culturais, que podem ser ferramentas complementares para a estruturação do turismo.

Esses bairros têm a capacidade de se fortalecer turisticamente ao utilizar diversas ferramentas disponíveis a seu favor. Os atrativos que poderiam se integrar e se articular com o Turismo e observação de Aves e a oferta turística de Ouro Preto, promovendo a expansão do turismo aos bairros periféricos, são:

- **Morro Santana:**

Parque Municipal Arqueológico do Morro da Queimada:

Endereço: R. Airton Senna, 1 - Ouro Preto, MG, 35400-000

O Parque Morro da Queimada, conhecido também como Morro do Paschoal ou Arraial de Ouro Podre, foi uma das primeiras regiões significativas de Ouro Preto. Contudo, sua presença e desenvolvimento tiveram curta duração, sendo destruído em 1720 durante a revolta

Filipe dos Santos, marcando a reação da população contra a elevação de impostos estabelecida pelo governo português (Prefeitura de Ouro Preto, 2024).

Esse sítio arqueológico preserva restos físicos que mostram os estilos e tipos de construção utilizados nas fases iniciais da arquitetura do município. Esses achados arqueológicos em seu espaço fornecem evidências concretas das primeiras formas de arquitetura de Ouro Preto. A presença desse local demonstra o potencial do bairro para se diversificar turisticamente expandindo segmentações e integrando Turismo, Cultura e Arqueologia. Vale também ressaltar que as características do lugar, assim como essa segmentação, podem ser também um atrativo a mais para aqueles que praticam a atividade do *Birdwatching* devido a possibilidade de estar em contato com o meio ambiente local.



Figura 2. Ruínas - Morro Da Queimada. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2015/06/17/interna_gerais,659058/liminar-determina-cercamento-do-parque-arqueologico-morro-da-queimada.shtml>. Acesso em: 4 jul. 2024.

- **Capela São João Batista:**

Endereço: R. Vinte e Quatro de Junho - Ouro Preto, MG, 35400-000 (GOOGLE MAPS, 2024)

É considerada um dos templos religiosos mais antigos da região. A data estimada de sua construção é do ano de 1968 e este local também guarda uma grande relevância histórica e religiosa para o município junto as igrejas e capelas presentes em toda a cidade. (Prefeitura de Ouro Preto, 2024). Isso evidencia que o Turismo Cultural e religioso também está presente nos bairros periféricos de Ouro Preto e pode se estender para os locais marginalizados pelo setor além de proporcionar como consequência uma visão mais abrangente da cidade e atrair visitantes de diversos perfis para esses espaços.



Figura 3. Capela de São João Batista – Morro Santana. Foto: Eduardo Tropia - Disponível em: <https://www.ouropreto.com.br/atrativos/religiosos/capelas/capela-de-sao-joao-batista>. Acesso em: 4 jul. 2024.

- **Bar do Baú:**

Endereço: R. Vinte e Quatro de Junho, 902 - Ouro Preto, MG, 35400-000 (GOOGLE MAPAS, 2024)

O Bar do Baú é considerado um ponto de encontro dos moradores e também para as pessoas que vão e voltam do Parque Estadual Municipal das Andorinhas, o local é próximo a um dos pontos principais de entrada do Parque, onde, sua gastronomia local se tornou um atrativo a mais para os visitantes. A aplicação do *Birdwatching* nesses bairros poderia fazer com que surgissem novos clientes para o Bar do Baú além daqueles que somente vão ao bairro para visitar o Parque. Sendo a gastronomia do bairro mais uma segmentação com potencial a ser integrada aos produtos e expansão do Turismo nos bairros marginalizados.

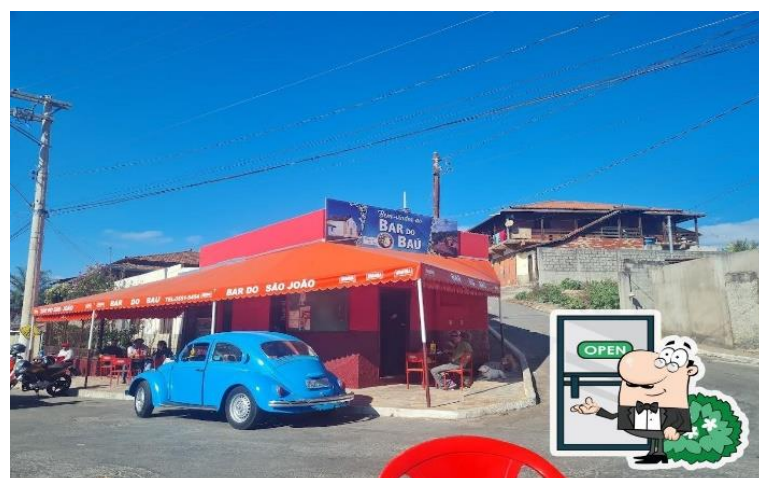


Figura 4. Foto – Bar do Baú - Morro Santana. Disponível em: < <https://restaurantguru.com.br/Bar-do-Bau-Ouro-Preto>.> Acesso em: 4 jul. 2024.

- **Morro São Sebastião:**

- **Bar da Nida:**

Endereço: R. Rio de Janeiro, 217 - São Sebastião, Ouro Preto - MG, 35400-000

Famoso por suas gastronomias e seu espaço aconchegante, o Bar da Nida atrai visitantes que desejam experimentar a culinária local do bairro, funcionando como um importante ponto de encontro e de valorização da cultura gastronômica local.

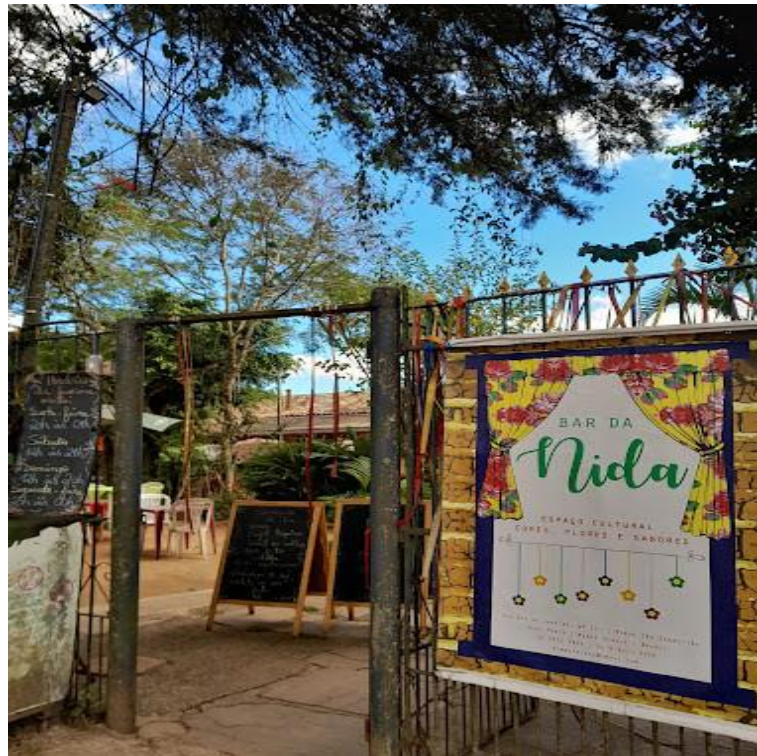


Figura 5. Entrada do Bar da Nida – Morro São Sebastião. Disponível em: <<https://www.minasgerais.com.br/pt/apoio/ouro-preto/bar-da-nida.>> Acesso em 4 de Julho de 2024.

- **Hospedagens:**

- **(La Aldea Zen)**

Endereço: R. Rio Ipiranga, 234 - São Sebastião, Ouro Preto - MG, 35400-000

A presença de *Hostels* como o La Aldea Zen pode ser mais um fator positivo para a escolha de ida dos visitantes ao Bairro Morro São Sebastião, principalmente quando relacionado ao perfil de praticantes do *Birdwatching*. A proximidade do local com o Parque Natural Municipal das Andorinhas e caracterização de um ambiente natural poderiam influenciar positivamente em sua escolha, o que permitiria uma imersão na natureza local, algo que os ecoturistas valorizam profundamente.



Figura 6. Hostel – La Aldeia Zen – Morro São Sebastião. Disponível em: <https://www.ouropreto.com.br/noticia/204/la-aldeia-zen-e-um-recanto-de-paz-na-cidade-de-ouro-preto>. Acesso em: 4 jul. 2024.

- **Trilhas e cachoeiras:**

A presença de trilhas e cachoeiras no bairro pode ser um atrativo diferencial e ajudar engajar os praticantes do *Birdwatching* e ecoturistas em sua ida ao bairro, devido à peculiaridade e o perfil de seus gostos, além de poder incentivar os visitantes a desbravarem os diversos espaços naturais que o bairro possui.



Figura 7. Foto- Cachoeira da Folhinha – Morro São Sebastião. Disponível em: <<https://pt.wikiloc.com/trilhas-trekking/trilha-cachoeira-da-folhinha-26588931>> Acesso em: 4 jul. 2024.

Esses elementos combinados tornam os bairros Morro Santana e São Sebastião locais com grande potencial para o desenvolvimento turístico, valorizando suas riquezas naturais e

culturais e proporcionando experiências diversas e enriquecedoras para os visitantes.

Outro exemplo de local marginalizado pelo turismo é o Bairro São Cristóvão, em que está localizada a Serra do Veloso. Seus 589,3 hectares remetem a um período histórico de transformações no Brasil e no mundo e que também compõem um grande patrimônio arqueológico, histórico, ambiental e cultural de Ouro Preto (FERREIRA, 2017). Além disso, possui mirantes naturais e passagens belíssimas que podem ser usadas para criação de campos psicológicos para os observadores através da atividade do *Birdwatching* e da educação ambiental sobre o patrimônio natural presente.

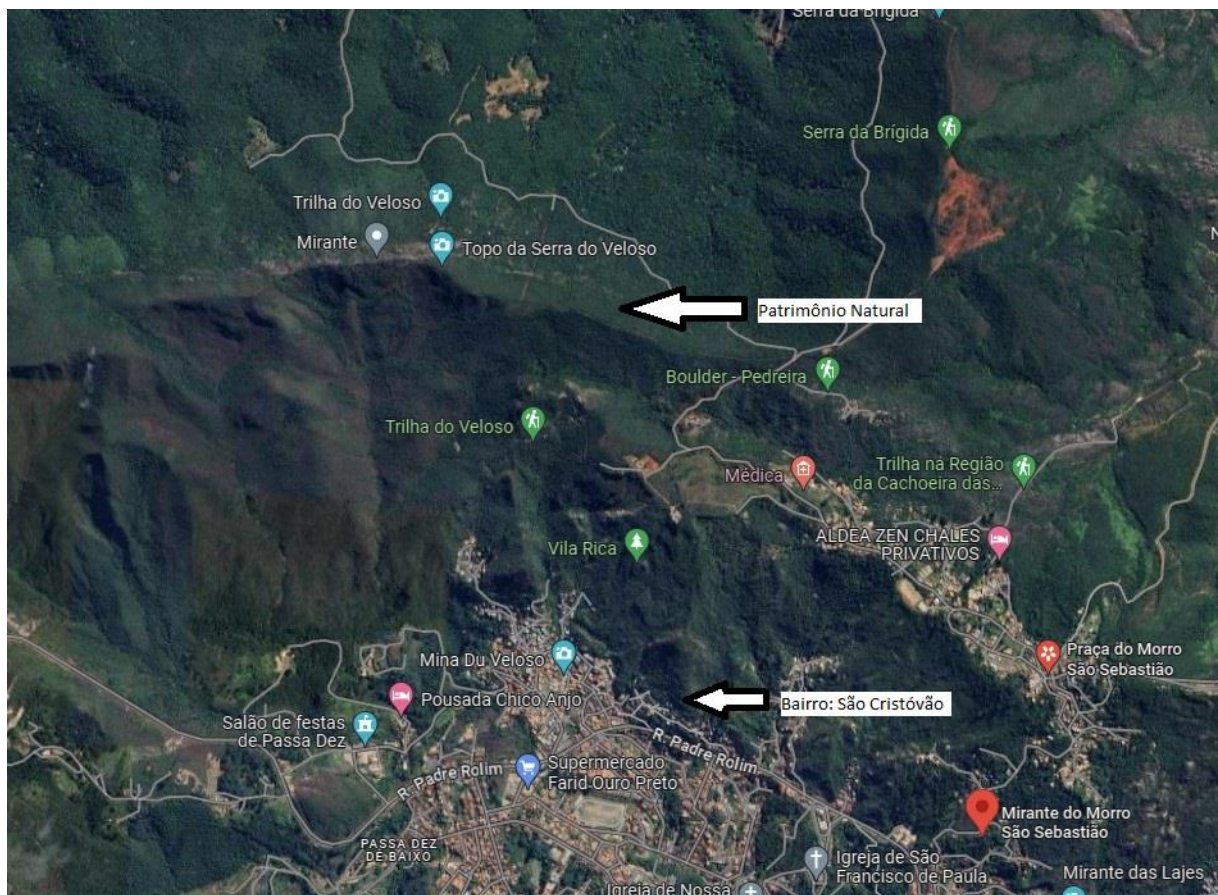


Figura 8. (Imagem do Mapa Bairro São Cristóvão) - Fonte: Google Maps, 2024.

Além da vantagem de estar próximo ao Patrimônio Natural, o bairro São Cristóvão possui comércios que podem atender às necessidades dos visitantes, sendo esses estabelecimentos fundamentais para o desenvolvimento do turismo na região para que se proporcione conforto e praticidade, o que poderia incentivar positivamente os turistas a permanecerem e explorarem o bairro. Entre os comércios e ferramentas disponíveis, destacam-se:

- **Pousadas:**

Pousada Inconfidência Mineira:

Endereço: R. Manganês, 329 - São Cristóvão, Ouro Preto - MG, 35400-000 (GOOGLE MAPS, 2024)



Figura 9. Pousada Inconfidência Mineira. Disponível em: <https://www.kayak.com.br/Hoteis-Pousada-Inconfidencia-Mineira-Ouro-Preto.667000.ksp>. Acesso em: 4 jul. 2024.

1 Hotel de grande porte:

Hotel Recanto do Ouro

Endereço: R. Manganês, 287 - São Cristóvão, Ouro Preto - MG, 35400-000 (GOOGLE MAPS, 2024.)



Figura 10. Hotel Recanto do Ouro. Disponível em: <https://hotelrecantodoouro.com.br/>. Acesso em: 4 jul. 2024.

- **Supermercados:**

Supermercado (Farid):

Endereço: R. Padre Rolim, Bairro São Cristóvão, 35400-000



Figura 11. Supermercado Farid. (Foto: Google Maps)

- **Ponto de ônibus:**

Endereço: Rua Padre Rolim, bairro: São Cristóvão, 35400-000.



Figura 12. Ponto de ônibus - Bairro São Cristóvão. (Foto - Google Maps, 2024.)

- **Mina De Ouro:**

Mina Du Veloso

Mina de exploração de ouro - Século XVIII

Endereço: R. Levindo Inácio André, 400 - São Cristóvão, Ouro Preto - MG, 35400-000



Figura 13. Mina Du Veloso. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g303389-d7655323-i299586084-Mina_Du_Veloso-Ouro_Preto_State_of_Minis_Gerais.html. Acesso em: 4 jul. 2024.

- **Trilhas:**

Trilha da Serra Do Veloso.



Figura 14. Serra Do Veloso. (Fonte: Autoria Própria, 2024)

Outro fator importante que se destaca é o fato de o bairro São Cristóvão estar localizado a apenas 10 minutos do Centro Histórico. Essa proximidade permitiria uma conexão fluida com

o turismo cultural e histórico. Além disso, a localização estratégica do bairro contribuiria para a diversificação do consumo, pois os turistas teriam a oportunidade de explorar diferentes áreas e desfrutar de uma variedade de serviços e produtos locais, enriquecendo a experiência cultural e econômica tanto para os moradores quanto para os visitantes.

2.3 Ouro Preto: Potencial do *Birdwatching* na promoção do turismo sustentável em seus bairros marginalizados

Os registros das aves que podem ser encontradas dentro do território de Ouro Preto evidenciam mais um fator positivo para aplicação do *Birdwatching* em seus bairros marginalizados. Perante a plataforma Wiki Aves¹ foram registradas 363 espécies de aves no município, um número bastante relevante para a atividade quando se leva em consideração o número de espécies existentes no Brasil, mas que representa 18,4% das espécies de aves existentes no país. Entre elas vale destacar o tico-tico de máscara negra (*Coryphaspiza melanotis*), uma das aves mais ameaçadas de extinção no bioma do cerrado (MOREIRA, 2023) junto ao registro mais recente do pato-mergulhão (*Mergus-Octosetaceus*) (DE PAULA *et al.* 2008 *apud* SERRA DA MESA, 2010, p. 4), espécie a qual é bastante sensível a alterações no seu ambiente natural e também se encontra ameaçada de extinção (CR) (IUCN, 2024), revelando a necessidade de ações que engajem a preservação do ambiente local para a proteção dessas espécies.

Ademais, a diversidade de aves registradas oferece uma oportunidade única para Ouro Preto. Com a possibilidade de expansão do *Birdwatching* pelos seus bairros periféricos, não apenas seria possível atrair entusiastas da observação de aves, mas também criar um ambiente propício para o desenvolvimento do turismo sustentável. Essa prática, além de proporcionar uma experiência enriquecedora aos visitantes, contribui para a conservação ambiental e a sensibilização sobre a importância da biodiversidade e patrimônio locais.

¹ Cf. plataforma Wiki Aves em: <https://www.wikiaves.com.br/>.



Figura 15. Foto - Tico-tico-de-máscara-negra (*Coryphaspiza melanotis*) - Disponível em: <https://www.wikiaves.com.br/wiki/tico-tico-de-mascara-negra>



Figura 16. Foto – Pato-mergulhão (*Mergus–Octosetaceus*) - Disponível em: <https://www.wikiaves.com/4847183>

Com isso o *Birdwatching* pode aprimorar a oferta turística de Ouro Preto e promover experiências mais autênticas, diversificadas e abrangentes em seu território. Todavia, apesar de seus potenciais disponíveis, como número de espécies de aves registradas e novos potenciais turistas que podem surgir através da sua aplicação, além de adversidades que envolvam diretamente a sua promoção, até o momento esta atividade ainda não foi integralmente explorada no município.

Dias (2011) salienta que, ao transformar a biodiversidade em uma ferramenta de poder econômico, o *Birdwatching* não apenas gera benefícios financeiros para as regiões que abrigam uma riqueza avifaunística significativa, como incentiva a conservação desses habitats. No entanto, essa relação não é isenta de desafios, o autor aponta um contraste significativo entre o potencial de biodiversidade do Brasil e a realidade do fluxo de turistas internacionais que o país experimenta.

Apesar de sua imensa riqueza em biodiversidade, o país não tem conseguido capitalizar adequadamente sobre esse ativo para atrair um número maior de visitantes internacionais, revelando que os desafios enfrentados pelo turismo de biodiversidade no Brasil são diversos e, conseqüentemente, interligados, sendo comum também em outras segmentações. A falta de infraestrutura adequada, por exemplo, compromete a acessibilidade e a qualidade das experiências turísticas, limitando a capacidade de os visitantes explorarem e apreciarem a biodiversidade do país de maneira eficaz.

Além disso, a baixa capacitação da mão-de-obra impede a prestação de serviços turísticos de alta qualidade, o que pode prejudicar a experiência do turista e a imagem do destino. Ademais, a falta de investimentos e a promoção insuficiente, por outro lado, evidenciam uma lacuna na estratégia de *marketing* e na alocação de recursos, aspectos fundamentais para aumentar a visibilidade e atratividade do turismo de biodiversidade.

Embora o Brasil apresente uma grande riqueza em termos de biodiversidade, não se tem beneficiado de um aumento do fluxo de turistas internacionais. Os problemas que afetam esse tipo de turismo são, basicamente, os mesmos dos outros segmentos mais tradicionais: falta de infraestrutura, baixa capacitação da mão-de-obra, falta de sinalização, ausência de medidas de segurança, falta de investimentos, promoção insuficiente etc. (DIAS, 2011, p. 112).

A introdução e promoção do *Birdwatching* como uma nova atividade turística poderia proporcionar uma oportunidade única para os turistas explorarem a rica biodiversidade natural e cultural que cerca Ouro Preto e que também permeia seus bairros periféricos, porém, isso ainda demanda esforços e estratégias adequadas para a sua promoção.

Esse fato, da biodiversidade apresentar valor econômico em seu próprio ambiente natural, sem nenhuma transformação, traz como consequência a possibilidade de que ela própria (a biodiversidade) possa converter-se numa ferramenta ideal para a sua própria conservação. Um dos tipos de turismo de observação da fauna que mais se desenvolvem em todo o mundo, é o de observação de aves (turismo ornitológico, ou *birdwatching*) e que demanda um esforço de *marketing* por parte dos destinos que apresentam em algum grau uma presença de espécies carismáticas ou uma diversidade significativa de muitas outras. (DIAS, 2011, p. 114).

2.4 Integração do *Birdwatching* e valorização do patrimônio cultural e natural em destinos turísticos: Exemplos de Ubatuba e Ouro Preto.

A valorização dessas áreas marginalizadas e impactadas pelo *marketing* e apropriação turística – como os bairros Morro Santana, São Sebastião e São Cristóvão citados anteriormente – por meio de ferramentas adequadas e estratégias, como o próprio *marketing* institucional, poderia oportunizar a articulação do patrimônio natural e cultural de Ouro Preto junto ao *Birdwatching* e estender a distribuição dos benefícios obtidos pelo turismo de maneira racional e eficaz. Isso pode ocorrer por meio do fortalecimento da atividade através de ações que busquem melhores infraestruturas, treinamento e capacitação da população local operando de maneira racional e sustentável, buscando estender-se a seus bairros periféricos usando sua proximidade com o patrimônio natural como uma vantagem para a observação de aves, que em particular, apresenta inúmeros impactos positivos.

Segundo Sekercioglu (2002, p. 284 *apud* DIAS, 2011, p. 115), os benefícios são: a atração de incentivos financeiros para a conservação da vida selvagem; Geração de menos impacto negativos e maior renda, quando comparado ao turismo tradicional; Aumento o controle local, relacionado com a ocorrência de espécies únicas de aves; “Ocasional visitação de áreas fora dos itinerários turísticos tradicionais; Melhora a proteção de áreas não protegidas institucionalmente que contenham espécies desejadas”; Incentiva a valorização dos conhecimentos locais sobre a história natural; Fomenta a instrução e a geração de empregos para os guias locais; e cria mecanismos para a formação de fundos para a conservação de aves.

Um exemplo de *marketing* positivo que se relacionaria com o *Birdwatching* seria a utilização de uma ave como símbolo local, o que poderia desempenhar um papel fundamental na diferenciação e no posicionamento de Ouro Preto como destino turístico para a atividade. Ao escolher uma espécie de ave para representar o município, há diversas opções estratégicas a serem consideradas. Pode-se optar por destacar espécies raras ou ameaçadas, que evidenciem a plenitude da biodiversidade local e reforcem o compromisso com a conservação ambiental. Alternativamente, pode-se também escolher a espécie mais comum na região, como forma de celebrar a fauna característica do local. Outra abordagem possível é selecionar uma espécie carismática, que se destaque pela beleza de suas penas, canto marcante ou outra característica distintiva.

No caso de Ouro Preto, o tico-tico-de-máscara-negra (*Coryphas piza melanotis*) surge como uma opção promissora para esse propósito, dada sua presença na região e suas

características cativantes. Ao adotar o tico-tico-de-máscara-negra como símbolo, Ouro Preto poderia se fortalecer como um destino ecoturístico, destacando sua conexão com a natureza e incentivando o interesse dos visitantes pela observação de aves na região.

Pode-se citar como exemplo o município de Ubatuba (SP), um destino turístico expressivamente voltado para o turismo de sol e praia. Essa cidade costeira não apenas atrai visitantes em busca de suas belas praias e clima tropical, mas também se destaca pela riqueza de sua beleza local. Contudo, consciente da necessidade de diversificar sua oferta turística e preservar seu ecossistema único, o governo local implementou uma série de ações estratégicas. Entre essas ações, destaca-se a introdução do *Birdwatching* como uma atividade turística complementar. Essa iniciativa não apenas trouxe uma nova dimensão ao turismo local, mas também promoveu a conservação ambiental, incentivando a proteção dos habitats naturais das aves e aumentando a conscientização sobre a importância da preservação da biodiversidade.

Como resultado, Ubatuba experimentou uma ampla valorização de seu patrimônio natural e cultural, além de fortalecer sua posição como destino turístico sustentável e diversificado. A integração do *Birdwatching* não só enriqueceu a sua oferta turística, mas também contribuiu para a inclusão de diferentes públicos, como os amantes da natureza e ecoturistas, que agora têm mais motivos para visitar e apreciar tudo o que Ubatuba tem a oferecer.

A Prefeitura Municipal de Ubatuba (PMU) a partir de 2004 desenvolveu projeto sobre observação de aves cujo objetivo é incentivar a população local a preservar a biodiversidade e atrair mais turistas. Para isso, são efetuadas palestras junto a comunidades tradicionais visando o entendimento de que a observação de aves pode ser um importante atrativo turístico e fonte de geração de emprego e renda. As pessoas aprendem a receber os observadores de aves e tem a opção de se tornarem guias, ou explorarem a atividade artesanal relacionada com o tema e abrir novos caminhos para observação. (PMU, 2007 *apud* DIAS, 2011, p. 118).

Além disso, ciente da necessidade e da importância de expressar a singularidade da sua biodiversidade local, Ubatuba integrou uma ave nativa como símbolo do município. Essa escolha não apenas honra a fauna local, mas também fortalece a conexão emocional dos moradores e visitantes com o ambiente natural da região. A presença desse símbolo não só inspira um senso de pertencimento, mas também serve como uma oportunidade educativa, destacando a importância da preservação ambiental e incentivando práticas sustentáveis. Além de promover a conscientização sobre a riqueza natural de Ubatuba, essa iniciativa também contribui para atrair turistas interessados em explorar a diversidade ecológica da região, incluindo os praticantes de *Birdwatching* em busca de avistamentos dessa espécie emblemática.

Em 2004 foi aprovada lei que instituiu como símbolo do município o pássaro Tangará-dançador (*Chiroxiphia caudata*) encontrado principalmente no Bairro Taquaral da localidade. A cidade foi incluída no Dia Mundial de Observação e contagem de Pássaros, comemorado dia 4 de outubro, e que é promovido pela Birdlife International, organização mundial de observadores, com sede em Londres (BURHAN, 2005 *apud* DIAS, 2011, p. 118).

Essa escolha estratégica de integrar uma ave local como símbolo do município, não apenas enriquece a marca diversificadora de Ubatuba, como também fortalece sua posição enquanto chancela distintiva e produto atrativo no setor turístico. Ao adotar essa ave como símbolo, Ubatuba cria uma marca única e memorável, associada à sua biodiversidade única e ao compromisso com a conservação ambiental. Isso permite que Ubatuba se destaque em meio à concorrência turística, oferecendo aos visitantes uma experiência autêntica e conectada com a natureza. A presença desse símbolo em materiais de *marketing* como logotipos, folhetos e campanhas promocionais, reforça a imagem de Ubatuba como um destino turístico consciente, sustentável e ecologicamente diversificado.



Figura 17. Foto – Tangará- dançador - (*Chiroxiphia caudata*) - Disponível em: <http://www.wikiaves.com.br/wiki/tangara>.

Ademais, ao destacar sua biodiversidade por meio desse símbolo, Ubatuba atrai um segmento específico de turistas interessados na observação da vida selvagem e na experiência de imersão na natureza. Isso amplia a sua base de visitantes, diversificando sua economia turística e reduzindo a dependência exclusiva do turismo de sol e praia. Portanto, essa escolha não apenas fortalece a reputação de Ubatuba como um destino ecoturístico, mas também contribui para o desenvolvimento econômico sustentável, consolidando sua posição como um destino de viagem desejável e diferenciado.

E não menos importante, a conexão entre o poder público e as iniciativas locais foi fundamental para o sucesso da integração do *Birdwatching*. Essa parceria resultou em um equilíbrio cuidadoso entre as necessidades da população local e os benefícios gerados pela

atividade turística. Um exemplo notável desse alinhamento é a maneira como o *Birdwatching* ajuda a mitigar os efeitos da sazonalidade turística local.

Em muitos destinos costeiros como Ubatuba, a demanda turística pode variar significativamente ao longo do ano com períodos de alta temporada seguidos por períodos de menor atividade. Apesar disso, o *Birdwatching* oferece a oportunidade para atrair visitantes durante todo o ano. A observação de aves não está restrita a estações específicas e pode ser desfrutada em diferentes momentos, complementando assim a sua oferta turística e contribuindo para a distribuição mais uniforme do fluxo de visitantes ao longo do ano.

Essa abordagem colaborativa entre o setor público e os interessados locais não apenas impulsiona o desenvolvimento do turismo sustentável, mas também garante que os benefícios econômicos e sociais sejam compartilhados de forma mais equitativa entre os diversos atores envolvidos. A cooperação eficaz entre o governo local, as comunidades e os empresários do setor turístico do município é um exemplo de como as parcerias podem impulsionar o crescimento econômico e promover o desenvolvimento sustentável em destinos turísticos.

Há um envolvimento do empresariado de Ubatuba na atividade de observação de aves, que é vista como uma alternativa para atração de turistas à cidade durante o ano todo. O presidente da Associação Comercial e Industrial de Ubatuba (ACIU), Ahmad Khalil Barakat, considera que é preciso se “investir em mais esse nicho para atrair turistas na baixa temporada. A observação de aves certamente tem potencial para atrair um turismo de qualidade durante o ano todo”. (PMU, 2007 *apud* DIAS, 2011, p. 119).

Em 2017 Ouro Preto deu início à primeira edição do projeto *Vem Passarilhar* com o intuito de impulsionar a visita nos Parques Naturais de Minas Gerais e promover a observação e monitoramento de aves como instrumentos de conscientização e preservação das espécies e de seus habitats. Esse evento abraçou a ideia de caminhadas pelas trilhas dos parques e uma série de palestras informativas, todas com o propósito de conectar os visitantes com a rica biodiversidade avícola da região (Prefeitura Municipal de Ouro Preto, 2017).

Por outro lado, desde a sua primeira edição, a continuidade desse projeto não se concretizou, deixando de aproveitar o impulso inicial. Esse cenário pode indicar uma oportunidade perdida de consolidar e expandir essa atividade, possivelmente devido à falta de apoio contínuo e recursos necessários para sustentar o engajamento da comunidade local.

Também é fundamental reconhecer a importância de integrar a atividade do *Birdwatching* à cultura local como um meio de promover o equilíbrio e o engajamento da população na atividade. Isso vai além de simplesmente oferecer um produto turístico; trata-se de criar estratégias que valorizem os seus traços distintivos e os recursos culturais, naturais e

singulares da comunidade, agregando valor à experiência turística. Ao incorporar elementos da cultura local ao *Birdwatching*, as iniciativas turísticas podem fortalecer os laços entre os habitantes locais e a atividade turística, incentivando o orgulho pela herança cultural e promovendo um senso de pertencimento. Isso pode ser feito, por exemplo, através da inclusão de narrativas históricas, música tradicional ou gastronomia local em eventos relacionados ao *Birdwatching*.

Além disso, ao conectar o *Birdwatching* à cultura local, abre-se espaço para o desenvolvimento de programas educacionais e de conscientização que destacam a importância da conservação ambiental e da proteção das espécies locais. Essas iniciativas não apenas enriquecem a experiência dos turistas, mas também capacitam a comunidade local a se tornar defensora ativa da preservação do meio ambiente e da promoção do turismo sustentável, como o exemplo de Ubatuba:

Um fato importante, demonstrando a necessidade de coordenação do poder público, se relaciona com a produção artesanal local. No início do projeto percebeu-se que os turistas estrangeiros não adquiriam o artesanato local, que representava as aves, porque não apresentavam fidelidade com o pássaro original. Foram feitas palestras com os artesãos e artistas artesanais locais para que quando incluíssem o tema “aves de Ubatuba” o fizessem levando em consideração essa necessidade. Hoje a Fundação de Arte e Cultura de Ubatuba realiza esse trabalho de conscientização, ministrado por uma bióloga, estabelecendo até a morfologia das espécies retratadas (A SEMANA, 2006 *apud* DIAS, 2011, p. 119).

Com isso, embora o *Birdwatching* ainda não tenha sido plenamente explorado em Ouro Preto, apresenta um potencial significativo para impulsionar o turismo na região. Além de oferecer aos visitantes a oportunidade de explorar a rica biodiversidade local, essa prática também pode gerar incentivos financeiros para a conservação da vida selvagem, promover o emprego de guias locais e atrair turistas durante todo o ano, mitigando os efeitos da sazonalidade turística.

No entanto, para aproveitar ao máximo essas oportunidades, é necessário enfrentar desafios como a falta de infraestrutura, a necessidade de investimentos em promoção e a integração cuidadosa da atividade. Com planejamento estratégico e colaboração entre diversos setores, Ouro Preto pode transformar o *Birdwatching* em um componente vital de sua oferta turística, beneficiando não apenas os visitantes, mas também a comunidade local e o meio ambiente.

3. Metodologia

Para proporcionar uma visão holística do *Birdwatching* em Ouro Preto, foi feita uma abordagem etnográfica, utilizando um estudo de caso a partir da pesquisa *O turismo de observação de aves: um estudo de caso do município de Ubatuba/SP-Brasil* de Reinaldo Dias e Victor Figueira (2010), com intuito de destacar a integração dessa prática na vida cotidiana de outras cidades em comparação a Ouro Preto. Além disso, foi feito um levantamento de dados através da plataforma Wiki Aves com a intenção de buscar a origem dos visitantes e praticantes do *Birdwatching* em Ouro Preto durante o período do início de 2021 a agosto de 2023 através de informações disponíveis no perfil de cada avistador. Ao utilizar a Wiki Aves como fonte primária, a pesquisa garantiu uma abordagem abrangente e confiável para a coleta de dados, uma vez que essa plataforma é reconhecida pela sua vasta base de informações sobre aves, observadores e seu papel fundamental na comunidade ornitológica.

A Metodologia de Pesquisa foi fundamentada em uma estratégia pessoal de utilização das redes sociais, em especial o Instagram, em virtude de sua ampla capacidade de alcance e engajamento com o seu público usuário. Primeiramente foi criada uma página com o nome *_ouropretobirders* dedicada à divulgação de espécies de aves que foram registradas no município, tomando como base os dados de avistadores publicados na plataforma (Wiki Aves). O objetivo dessa página teve como intuito promover as espécies locais e atrair seguidores e praticantes do *Birdwatching*, de forma a criar uma base de dados e possíveis participantes de pesquisa. Para aumentar o número de seguidores e engajar a comunidade, a estratégia envolveu seguir páginas no Instagram que promovem a atividade do *Birdwatching* e seguir os seguidores dessas páginas. Isso resultou em um aumento significativo de seguidores logo após o início das postagens sobre as espécies das aves.

Percebendo o crescimento da página e engajamento dos seguidores, foi possível criar e distribuir um questionário para esses seguidores utilizando a plataforma Google Forms. Este questionário foi projetado para que se fosse possível coletar dados sobre padrões e percepções dos praticantes do *Birdwatching* em relação a estetização cultural do município, que é frequentemente manifestada nas redes sociais e em sites comerciais. Ademais, o questionário buscou identificar possíveis pontos potenciais para a prática da atividade na em Ouro Preto levando em consideração fatores como a riqueza da avifauna local, o contato com o ambiente natural e as necessidades de estruturação público e privada para a aplicação da atividade e atração do público específico.

O envio dos questionários teve início em maio de 2024 e foi concluído no mesmo mês após atingir 118 respostas, ultrapassando meta inicial de 100 pessoas. Não foram definidos horários específicos para o envio do questionário. A coleta e análise dos dados focaram em identificar tendências. Todas as respostas foram coletadas de forma anônima, garantindo a privacidade dos participantes. Eles foram informados sobre o propósito do questionário e o uso dos dados para fins de pesquisa, com a garantia de que as informações seriam utilizadas exclusivamente para a elaboração da mesma, respeitando a confidencialidades dos dados fornecidos.

Ademais, o método quantitativo por questionário complementado por análise estatística foi utilizado para identificar correlações entre as estratégias que podem ser adotadas e as percepções dos visitantes diante as possibilidades da atividade da observação de aves suas potencialidades e necessidades para aplicação e maior satisfação de seu consumo em Ouro Preto em meio à diversificação da oferta turística.

4. Resultados:

4.1 Percepção Turística de Ouro Preto: Influências Mediáticas e Consumo Cultural

Por meio do questionário aplicado a fim de extrair informações e nuances pertinentes sobre as diversas formas de consumo e compreensão de Ouro Preto como produto do setor turístico, além da influência de sua apropriação pelo setor e a ligação direta do *marketing* e promoção do destino, foi possível compreender como suas estratégias são aplicadas e como suas ferramentas podem ser utilizadas de maneira benéfica e promover o equilíbrio nas relações entre seus os principais agentes envolvidos: turista, morador e meio ambiente.

Quando questionados se já haviam ouvido falar do município de Ouro Preto, 114 pessoas afirmaram “sim”, o que representa 96,6% do total. Apenas 4 pessoas responderam negativamente, correspondendo a 3,4% dos respondentes. Esses dados indicam que a maioria dos indivíduos podem possuir uma percepção preconcebida sobre o município antes mesmo de visitá-lo, percepção essa que pode ser formada a partir de significados, opiniões e outras formas de consumo e acesso à informação.

De acordo com Vygotsky, a linguagem também materializa e constrói as significações constituídas no processo social e histórico. Quando os indivíduos a interiorizam, passam a ter acesso a estas significações que, por sua vez, servirão de base para que possam significar suas experiências. (VYGOTSKY, 2001 *apud* SCHWANTES *et al.*, 2021).

Você já ouviu falar sobre a cidade de Ouro Preto (Minas Gerais) ?
118 respostas

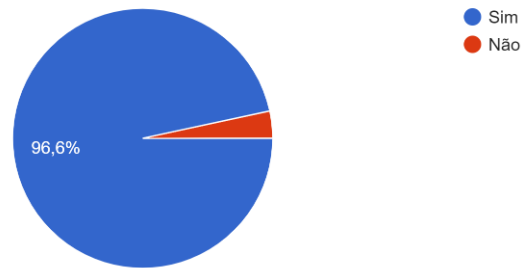


Gráfico 1 - Fonte: Elaboração Própria (2024).

Já a segunda pergunta buscou identificar a origem de acesso as informações e opiniões formadas sobre o município, o foco principal foram as principais redes sociais e plataformas mais utilizadas no país: Instagram, Facebook, Twitter e Youtube (Data Reportal, 2024). Além disso, para complementar a pergunta também foi utilizada a opção de portais de agências de viagens os quais também estão bastante presentes dentro das estratégias e apropriações que envolvem as identidades locais como forma de produto. Em vista disso, 49 pessoas responderam realizar uso da rede social Instagram, representando 44,1% das pessoas entrevistadas, seguida do Facebook com 22,5% e do Youtube com 17,1%. Segundo a plataforma líder em análise de dados (Data Reportal, 2024), em 2024 essas três já representaram as redes sociais mais utilizadas e de maior alcance no ano, perdendo apenas para o Whatsapp, que pode ser considerada também uma rede social que pode servir de ponte para o trâmite de informações e opiniões.

As imagens de destinos turísticos na internet e redes sociais, como [aparecem nas plataformas] Facebook e o Instagram, cujo objetivo é atrair seguidores por meio do seu uso, despertam interesse naqueles que buscam por determinados locais para conhecimento e lazer. É importante salientar que uma imagem promovida de um destino precisa ser coerente com suas propostas, sem fugir dos seus objetivos para que sua credibilidade não seja comprometida. (PERINOTTO; SILVA; BRAGA, 2020).

Se sim, onde você ouviu falar sobre Ouro Preto? (Marque todas as opções aplicáveis)
112 respostas

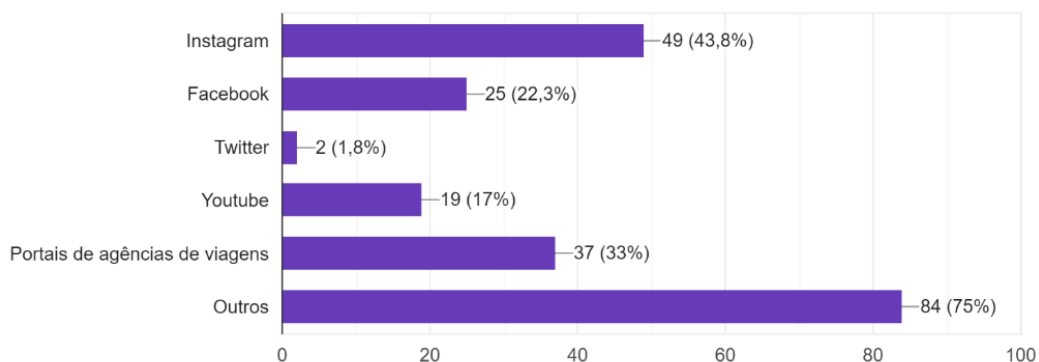


Gráfico 2 - Fonte: Elaboração Própria (2024).

Já na terceira pergunta, o questionamento foi feito para buscar identificar algum traço de possível influência das redes sociais em relação à estetização cultural do município como forma de padronização e apropriação turística como produto além de percepções e opiniões preconcebidas que são formadas a partir de sua utilização.

O terceiro questionamento foi o seguinte: Qual das imagens mais te remete à Ouro Preto (MG)? A primeira imagem (1) remete ao Pico Itacolomi, que possui 1.772 metros de altitude e é uma formação rochosa distinta que pode ser vista de diferentes pontos do Centro Histórico de Ouro Preto, sendo um cartão postal da cidade e que também representa com expressividade parte do patrimônio natural e histórico (Prefeitura Municipal de Ouro Preto, 2024). Já a imagem 2 representa parte da arquitetura barroca que remete ao ciclo do ouro, arquitetura bastante expressiva em todos os meios de comunicação, novelas, filmes e redes sociais, além de ser um fator principal de apropriação do meio turístico como produto através da estetização cultural.



Figura 18. Fonte: (Google Imagens, 2024)

Por meio das repostas foi possível identificar um determinado padrão de formação sobre a percepção estética de Ouro Preto (MG). Somente (10,2%) 12 pessoas responderam que a imagem 1 remete à identidade do município, mesmo com toda a expressividade de valores históricos, sociais e ambientais o qual o Pico Itacolomi possui. Por sua vez, 75 pessoas (63,3%) responderam que a imagem 2 representa mais Ouro Preto, remetendo a alguns dos casarões localizados no centro histórico e que fazem parte da arquitetura barroca, dirigindo-se ao período colonial aurífero sem alguma especificidade direta sobre eles. Além disso, apenas 23,7% (28 pessoas) responderam que as duas imagens possuem identificação com a identidade local.

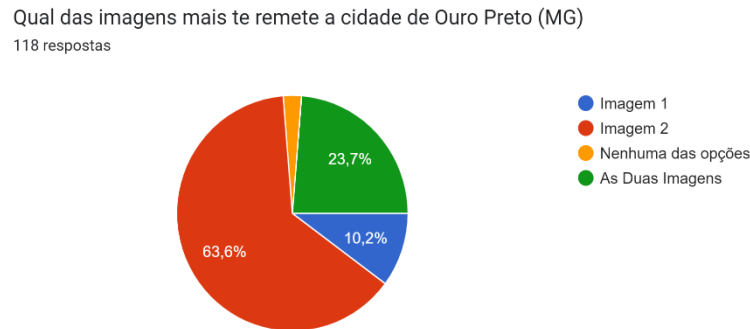


Gráfico 3 - Fonte: Elaboração Própria (2024).

Essa análise salienta a necessidade de políticas culturais e turísticas mais amplas e diversificadas, que contemplem e promovam de maneira equilibrada a riqueza multifacetada do patrimônio de Ouro Preto, evitando a sobrevalorização de um único aspecto em detrimento de outros igualmente significativos.

4.2 *Birdwatching* em Ouro Preto: Um Potencial Ecoturístico a Ser Explorado

Diante do aprofundamento da pesquisa por meio da plataforma Wiki Aves, foi traçada a origem dos estados desses visitantes que praticaram o *Birdwatching* entre os anos de 2019 e 2020, onde constatou-se a visita de 116 observadores: sendo 87 do sexo masculino e 27 do sexo feminino em que se destaca o número de observadores do próprio estado de Minas Gerais com 71 visitantes, São Paulo com 14 e o Rio de Janeiro com 5 observadores. Isso pode ser mais um fator positivo para a atividade, pois boa parte desses observadores também pertencem à região Sudeste do país e, com isso, sua vinda e motivação podem ser também estimuladas pelos modais terrestres e aéreos, uma vez que a capital Belo Horizonte fica a uma hora e cinquenta e dois minutos e 102,0 km de distância de Ouro Preto (Google Maps, 2023), e recebe voos dos três outros estados da região, além de ter seu modal rodoviário preparado para receber os observadores melhorando sua acessibilidade ao município.

A Tabela 1 foi elaborada mediante à realização de um levantamento de dados a partir do qual os registros referentes ao perfil demográfico e à procedência dos visitantes foram obtidos a partir de informações disponíveis no *site* Wiki Aves, clicando no perfil de cada observador além da data inicial de registro, partindo pelo ano de 2021:

Tabela 1: Apresenta o levantamento de visitantes de Ouro Preto que praticaram a observação de aves no período compreendido entre 2021 e 12 de agosto de 2023.

VISITANTE n°	PAÍS	ESTADO	CIDADE	SEXO
1	Brasil	R.G. Norte	Natal	Masculino
2	Brasil	MG	Ouro Preto	Masculino
3	Brasil	MG	Belo horizonte	Feminino
4	Brasil	MG	Uberlândia	Feminino
5	Brasil	SP	Capivari	Masculino
6	Brasil	PR	Curitiba	Feminino
7	Brasil	MG	Ipatinga	Masculino
8	Brasil	MG	Ipatinga	Feminino
9	Brasil	MG	Ouro Preto	Masculino
10	Brasil	ES	Cachoeiro de Itapemirim	Masculino
11	Brasil	GO	Goiânia	Masculino
12	Brasil	MG	Belo Horizonte	Feminino
13	Brasil	MG	Itacarambi	Masculino
14	Brasil	MG	Conselheiro Lafaiete	Masculino
15	Brasil	PR	Curitiba	Feminino
16	Brasil	ES	Cariacica	Masculino
17	Brasil	MG	Viçosa	Masculino
18	Brasil	SC	Concordia	Masculino
19	Brasil	R.G. Sul	Santa Maria	Feminino
20	Brasil	MG	Conselheiro Lafaiete	Masculino
21	Brasil	MG	Lagoa Santa	Feminino
22	Brasil	ES	Ibiraçu	Masculino
23	Brasil	MG	Ipatinga	Feminino
24	Brasil	PR	Ponta Grossa	Feminino
25	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
26	Brasil	SP	São Paulo	Masculino
27	Brasil	SC	Florianópolis	Masculino
28	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
29	Brasil	MG	Montes Claros	Masculino
30	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
31	Brasil	MG	Sete Lagoas	Masculino
32	Brasil	MG	Ipatinga	Masculino
33	Brasil	MG	Ipatinga	Indefinido
34	Brasil	MG	Arinos	Masculino

35	Brasil	MG	São Gonçalo Rio Abaixo	Feminino
36	Brasil	MG	Mariana	Feminino
37	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
38	Brasil	ES	Linhares	Masculino
39	Brasil	MG	Juiz de Fora	Masculino
40	Brasil	MG	Contagem	Masculino
41	Brasil	MG	Contagem	Masculino
42	Brasil	MG	Ibirité	Masculino
43	Brasil	SP	São Paulo	Feminino
44	Brasil	SP	São Paulo	Masculino
45	Brasil	MG	Bom Jesus do Galho	Feminino
46	Brasil	SP	Guaratinguetá	Masculino
47	Brasil	MG	Caputira	Masculino
48	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
49	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
50	Brasil	MG	Belo Horizonte	Feminino
51	Brasil	MG	Sete Lagoas	Masculino
52	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
53	Brasil	MG	Buenópolis	Masculino
54	Brasil	SC	Florianópolis	Masculino
55	Brasil	R.G. Sul	Cachoeirinha	Masculino
56	Brasil	RJ	Iguaba Grande	Masculino
57	Brasil	R.G. Sul	Glorinha	Feminino
58	Brasil	RJ	Rio de Janeiro	Feminino
59	Brasil	MG	Cruzília	Masculino
60	Brasil	MG	Juiz de Fora	Masculino
61	Brasil	RJ	Rio de Janeiro	Masculino
62	Brasil	MG	Belo horizonte	Feminino
63	Brasil	GO	Anápolis	Masculino
64	Brasil	MG	Carmo do Paranaíba	Masculino
65	Brasil	SP	São Paulo	Feminino
66	Brasil	RJ	Miracema	Masculino
67	Brasil	MG	Lagoa Santa	Masculino
68	Brasil	MG	Belo horizonte	Masculino
69	Brasil	MG	Alfenas	Masculino
70	Brasil	MG	Belo Horizonte	Feminino
71	Brasil	MG	Ipatinga	Masculino
72	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
73	Brasil	SP	Campinas	Masculino

75	Brasil	MG	Montes Claros	Masculino
76	Brasil	PA	Paraupabas	Masculino
77	Brasil	MG	Conselheiro Lafaiete	Masculino
78	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
79	Brasil	MG	Governador Valadares	Masculino
80	Brasil	MG	Novorizonte	Masculino
81	Brasil	MG	Ipatinga	Feminino
82	Brasil	MG	Belo Horizonte	Feminino
83	Brasil	RJ	Iguaba Grande	Feminino
84	Brasil	SP	Votorantim	Masculino
85	Brasil	R.G. Sul	Mormaço	Masculino
86	Brasil	SE	Aracaju	Masculino
87	Brasil	MG	Caputira	Masculino
88	Brasil	MG	Mariana	Feminino
89	Brasil	MG	Belo Horizonte	Feminino
90	Brasil	MA	São Bernardo	Masculino
91	Brasil	R.G.Sul	Tuparendi	Masculino
92	Brasil	SP	São Paulo	Masculino
93	Brasil	PR	Umaruama	Masculino
94	Brasil	MG	Prados	Feminino
95	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
96	Brasil	SP	São Paulo	Masculino
97	Brasil	MG	Porto Firme	Masculino
98	Brasil	SP	Boituva	Masculino
99	Brasil	BA	Salvador	Masculino
100	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
101	Brasil	MG	Prados	Masculino
102	Brasil	MG	Itaúna	Masculino
103	Brasil	MG	Timóteo	Masculino
104	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
105	Brasil	MG	Ouro Preto	Masculino
106	Brasil	SP	Jaboticabal	Masculino
107	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
108	Brasil	MG	Ouro Preto	Masculino
109	Brasil	MG	Belo Horizonte	Masculino
110	Brasil	SP	Taubaté	Masculino
111	Brasil	MG	Ouro Preto	Masculino
112	Brasil	MG	Ouro Branco	Masculino
113	Brasil	SP	Santo Antônio de Posse	Masculino

114	Brasil	MG	Belo Horizonte	Feminino
115	Brasil	RJ	Campos dos Goytacazes	Masculino
116	Brasil	SP	Altinópolis	Masculino

Tabela 1 - Fonte: Arquivo/Levantamento pessoal (2024).

O Gráfico 4 apresenta a frequência do gênero dos visitantes na cidade de Ouro Preto que praticaram a observação de aves no período compreendido entre 2021 e 12 de agosto de 2023.



Gráfico 4: Frequência de Gênero dos Visitantes. Fonte: Arquivo Pessoal/ Levantamento Pessoal (2024)

O Gráfico 5, por sua vez, apresenta a frequência da origem dos visitantes por estado na cidade de Ouro Preto que praticaram a observação de aves durante o período compreendido entre 2021 e 12 de agosto de 2023, com base nos dados disponíveis no site Wiki Aves.

TABELA DE FREQUÊNCIA DA ORIGEM DOS VISITANTES

Este gráfico representa a origem e a frequência dos visitantes à cidade de Ouro Preto, Minas Gerais, que vieram para realizar o birdwatching. Nele, há uma maior predominância de visitantes vindos do próprio estado de Minas Gerais, com 71 visitantes. Além disso, há 15 visitantes do Amapá, 10 do Amazonas, 8 de Alagoas, 14 de São Paulo e 5 do Rio de Janeiro.

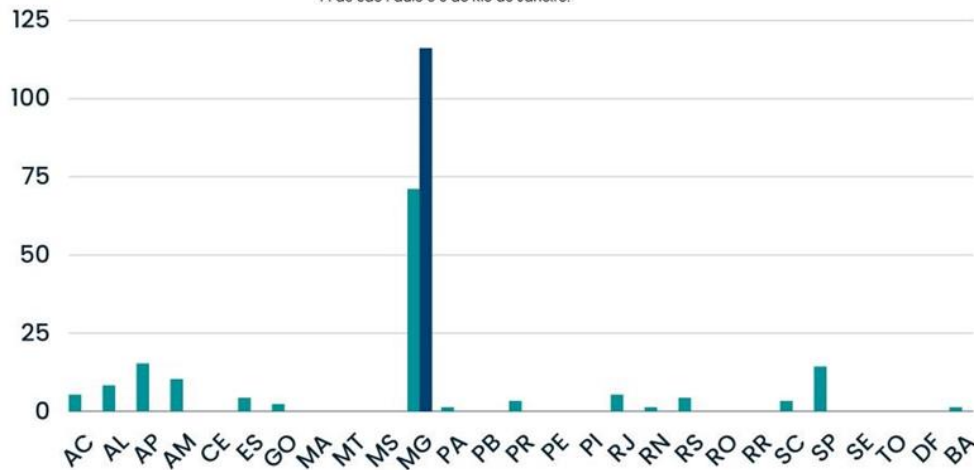


Gráfico 5: Frequência de Origem dos Estados dos Visitantes. Fonte: Arquivo Pessoal/ Levantamento Pessoal

Para analisar a potencialidade do *Birdwatching* em Ouro Preto, foram feitas perguntas para que se pudesse identificar praticantes da atividade e suas necessidades, com objetivo de encontrar estratégias adequadas que iriam fomentar um desejo maior nesses potenciais turistas. Diante da continuação do questionário, foi possível identificar que a maioria dos entrevistados praticam a atividade – 108 pessoas ou 91,5% – o que possibilitou uma indagação com assertividade maior na busca por necessidades e estratégias adequadas, levando-se em consideração que a maioria dos entrevistados praticam a atividade. Somente 10 pessoas (8,5%) responderam negativamente.

Você é praticante do Birdwatching?

118 respostas

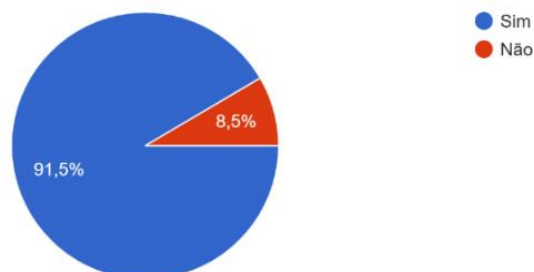


Gráfico 6 - Fonte: Elaboração Própria (2024).

Esse alto índice de praticantes permitiu que se identificasse com maior precisão as suas necessidades e preferências, uma vez que a maioria dos entrevistados já está familiarizada com a prática.

Quando questionados sobre o interesse em praticar a atividade em Ouro Preto, houve 115 respondentes. 105 pessoas – 91,3% dos participantes – demonstraram um entusiasmo, reforçando o potencial da cidade como um destino desejado para a atividade. Apenas 8,5% (10 pessoas entrevistadas) indicaram que não estariam interessados em praticar o *Birdwatching* na cidade, mostrando uma proporção pequena que sugere um amplo mercado potencial a ser explorado.

Você estaria interessado(a) em praticar Birdwatching em Ouro Preto?
115 respostas

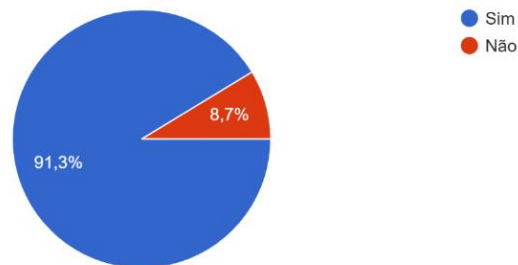


Gráfico 7 - Fonte: Elaboração Própria (2024).

Ao investigar o que atrairia mais as pessoas para praticar o *Birdwatching* em Ouro Preto, as perguntas propostas foram formuladas a partir de algumas especificidades encontradas no município, como número de espécies que podem ser encontradas, os cenários naturais da cidade, contato com a natureza e a possibilidade de conhecer pessoas com interesses semelhantes. As respostas foram diversificadas. Diante da pergunta (O que te atrairia mais para praticar o *Birdwatching* em Ouro Preto (MG) houve 112 respondentes.)

O que te atrairia mais para praticar Birdwatching em Ouro Preto (MG)?
112 respostas



Gráfico 8 - Fonte: Elaboração Própria (2024).

As porcentagens indicam que:

- 50,9% dos respondentes escolheram: Diversidade de Espécies. Os resultados indicam que as 364 espécies de aves registradas tornam o território de Ouro Preto um grande potencial para o *Birdwatching*, assim como Ubatuba (SP), de modo que sua riqueza avifaunística bastante expressiva pode se tornar um grande atrativo e diferencial para a atividade, principalmente quando comparada a outras cidades que já integraram a atividade a sua diversificação turística.
- 15,2% dos respondentes optaram pela opção: Contato com a Natureza, sendo um número bastante significativo em meio ao questionário. Isso mostra que a Natureza local e sua diversidade presente, como plantas e mamíferos, também podem ser destaques e integrar-se à atividade do *Birdwatching*, tornando-se um atrativo a mais, além da sua riqueza avifaunística.
- A beleza de seus cenários naturais é algo que se torna também um diferencial para Ouro Preto se tornar uma marca ecoturística de expressão e atrair mais praticantes do turismo e observação de aves. 24,1% optaram por essa opção diante o questionário. Isso evidencia que o município pode destacar e valorizar os seus cenários além da padronização estética e paisagística que permeia o seu centro histórico através da apropriação mercadológica do setor turístico.
- 2,7% escolheram que a atividade do *Birdwatching* é uma atividade diferente e interessante.
- 7,1% responderam: Conhecer pessoas com interesses semelhantes, indicando que a sociabilidade também é um fator de importância para os praticantes.
- As respostas em torno da estruturação turística necessária para a aplicação do *Birdwatching* em Ouro Preto indicaram que: (70,7%) das pessoas marcaram a opção, locais próprios para a prática. Parques, Trilhas e locais próprios são de fundamental importância, podendo aumentar sua motivação para vir a cidade consumir a prática.
- Além disso, (29,3%) evidenciaram que há uma necessidade de guias especializados para o bom funcionamento e segurança da atividade.

O que você acha essencial para a Cidade reforçar sua marca ecoturística e atrair praticantes do Birdwatching ?

116 respostas

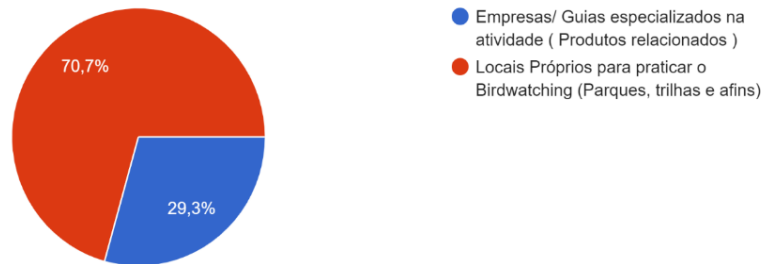


Gráfico 9 - Fonte: Elaboração Própria (2024).

Por meio dos resultados, nota-se que Ouro Preto, além de ser um tesouro histórico e cultural, possui um imenso potencial para se destacar como um destino ecoturístico para os praticantes de *Birdwatching*. A diversidade de espécies, combinada com a beleza natural e o rico patrimônio histórico, poderia oferecer uma experiência única. Implementar estratégias que atendam às necessidades dos observadores de aves e promover a atividade de maneira eficiente pode transformar Ouro Preto em um *hotspot* de *Birdwatching*, contribuindo para a valorização da sua cultura e conservação ambiental da região.

5. Considerações Finais

Com a pesquisa apresentada foi possível observar que o *Birdwatching* pode ser uma ferramenta facilitadora na quebra dos desafios impostos pelas múltiplas apropriações turísticas de Ouro Preto e, principalmente, nas apropriações advindas do *marketing* turístico. Além disso, essa ferramenta pode ajudar a promover ações que engajem a interação dos visitantes para um ambiente além do centro histórico, mostrando o quanto a cidade pode ser amplamente beneficiada pelo turismo através da expansão de suas segmentações e promover experiências de maneira integral em seu território visando abranger as diferentes formas de espaços e expressões que podem ser vivenciadas, sem que haja a redução e padronização dos valores.

Este estudo também evidencia como as plataformas digitais podem gerar interpretações preconcebidas ao serem utilizadas superficialmente podendo transformar os valores locais em meros produtos para cativar momentaneamente seus usuários. De acordo com Vygotsky (2001 *apud* SCHWANTES *et al.*, 2021). 2021, a linguagem não é apenas um meio de comunicação,

mas também um mecanismo de construção e interiorização de significados sociais e históricos. Assim, a percepção que os indivíduos têm de Ouro Preto, moldada pela comunicação e pelo *marketing*, se reflete em suas expectativas e experiências ao visitarem o local. A alta familiaridade com o destino, antes mesmo da visita, indica que o *marketing* e as estratégias promocionais acerca do município desempenham um papel significativo na formação dessas percepções.

Essa afirmação se deu após observar os resultados da terceira pergunta do questionário, que indicou que as pessoas tendem mais comumente a associar a simplificação com a cidade. Sobre isso, 63,3% disseram que a imagem 2 representava Ouro Preto e, como argumentado na análise, essa imagem foi formada com uma proporção maior do município em si. Ainda assim, uma minoria escolheu a primeira imagem como a que melhor representava o município, e a opção pela segunda demonstra a influência dessas percepções que foram geradas por imagens padronizadas que são disseminadas diariamente pela internet. Ademais, parte significativa do acesso às informações sobre o município por esses respondentes se deu através de plataformas sociais como Instagram, Facebook, Twitter e YouTube.

De acordo com o exposto, é possível concluir que os poderes públicos locais podem também utilizar ferramentas digitais em seu favor e com isso ajudar promover uma maior representação da comunidade local através do *Birdwatching*, aumentando assim o senso de pertencimento local no contexto dos esforços de promoção turística.

Isso pode também contribuir para a superação das barreiras sociais, culturais e econômicas criadas pelo turismo, diversificando as atividades e ampliando-as pelo território municipal como o caso-modelo da cidade de Ubatuba que implementou uma estratégia de diversificação do turismo com base no *Birdwatching*, utilizando áreas de turismo subutilizadas anteriormente devido à alta competitividade de sua principal segmentação, o Turismo de sol e praia, diminuindo, assim, a dependência sobre um único segmento ao utilizar seu próprio ambiente como um fator de poder econômico e atratividade.

De acordo com (DIAS, 2011), a biodiversidade, ao ter um valor econômico intrínseco em seu ambiente natural, pode se transformar em uma ferramenta eficaz para sua própria conservação. O turismo ornitológico, que tem crescido globalmente, exige um esforço de *marketing* para destacar a presença de espécies carismáticas ou uma alta diversidade de aves. Eventualmente a abordagem de pesquisa deste estudo mostrou o quanto as plataformas *online* podem ser utilizadas de forma positiva como estratégias para atrair e cativar novos públicos, contribuindo para a diversificação e expansão do turismo na cidade. A utilização do Instagram

para alcançar o público foi fundamental para o sucesso da pesquisa, pois ao divulgar as diversas espécies existentes na cidade, foi possível atrair tanto aqueles que já praticavam a atividade, quanto aqueles que não tinham experiência anterior, resultando em uma rápida interação dos praticantes e seguidores da página (@ouropretobirders), sem restrições geográficas graças aos benefícios oferecidos pela *internet*. Além disso, destacou-se o potencial da atividade em diferentes áreas do município que costumam ser negligenciadas pelo turismo tradicional, como os bairros São Cristóvão, Morro São Sebastião e Santana, evidenciando também suas oportunidades para essa prática junto às ferramentas expostas disponíveis em seu território, que podem se integrar e se estruturar as demais segmentações turísticas junto ao *Birdwatching*.

Esse conceito é refletido na descrição do potencial do *Birdwatching* na cidade com 364 espécies de aves registradas. Assim, este estudo revelou que 50,9% dos participantes consideram a diversidade de espécies um fator crucial para sua visita. Esse dado ressalta a necessidade de equilibrar o uso e a conservação dos recursos naturais. Manter esse equilíbrio é essencial para a sustentabilidade, permitindo que o *Birdwatching* não apenas atraia turistas e promova o engajamento cultural e econômico, mas também contribua para a conservação ambiental e a melhoria da qualidade de vida local.

Assim, o *Birdwatching* se apresenta como uma estratégia eficaz que alavanca a biodiversidade para a conservação e o desenvolvimento sustentável, como apontado por (DIAS, 2011). Ademais, o número de registros de praticantes da atividade foi bastante expressivo, mostrando-se ativo durante o período de 2021 e 2023, momento no qual o país ainda se encontrava em período de pandemia. Naqueles anos, o *Birdwatching* manteve uma continuidade positiva quando comparado às outras atividades culturais predominantes que ainda se mantinham inativas devido às necessidades de estruturação e localização, como o caso daquelas que utilizam locais fechados e que se consideravam não seguros devido à aglomeração. Não menos, a localidade desses visitantes e a sua predominância no sudeste brasileiro é mais uma evidência do potencial da atividade: devido à maioria dos visitantes ser do próprio sudeste, sua vinda é facilitada por modais aéreos e terrestres podendo, este, ser mais um fator positivo diante a sua motivação de vinda ao município.

Entretanto, apesar de todos os fatores positivos identificados, ficou evidenciada a necessidade de estruturação não apenas para preparação do *Birdwatching*, mas também para atividades que se relacionem com o ecoturismo e o patrimônio natural que vão além dos parques naturais, hoje bastante limitados em relação à disponibilidade de serviços oferecidos em seus espaços. Alguns pontos foram destacados pelos entrevistados como fatores de importância para

a qualidade da atividade e o reforço da sua marca ecoturística: 70,7% dos entrevistados respondeu que é essencial ter “Locais Próprios para a Prática” para a prática do *Birdwatching*, em que a criação de trilhas e roteiros específicos que disponibilizassem serviços de qualidade também aumentariam a motivação dos visitantes devido à facilidade de acesso e segurança.

Além do mais, 29,3% dos entrevistados mostraram a necessidade de guias especializados para a qualidade de suas experiências em que o próprio profissional pode produzir experiências, criar uma impressão positiva do destino e proteger os turistas dos aspectos desfavoráveis. Através disso vale ressaltar a prevalência de guias em Ouro Preto que disponibilizam serviços relacionados somente à atividade cultural e histórico, sem nenhuma ligação ao ecoturismo e a atividades relacionadas àquilo que também demonstra a predominância do turismo cultural e histórico e suas limitações consequentes.

A pesquisa revelou o potencial significativo do *Birdwatching* para Ouro Preto, mostrando que a prática não só pode diversificar o turismo, mas também promover um equilíbrio sustentável entre o uso dos recursos naturais e a conservação ambiental. Para futuras pesquisas, é crucial explorar estratégias que possam maximizar os benefícios desse tipo de turismo, assim como identificar oportunidades para a sua expansão.

Primeiramente, estudos futuros poderiam focar em como os empresários locais podem investir no turismo de observação de aves. Isso inclui a criação de infraestrutura adequada, como trilhas e pontos de observação específicos, e a formação de guias especializados. A introdução de serviços de qualidade e seguros pode melhorar a experiência dos visitantes e atrair um público mais amplo. Adicionalmente, a formulação de políticas públicas deve considerar o fortalecimento da infraestrutura e a promoção de práticas sustentáveis que integram o *Birdwatching* com outras formas de turismo ecoturístico e cultural.

Outro aspecto relevante para futuras pesquisas é a utilização de plataformas digitais como ferramentas estratégicas para a promoção do *Birdwatching*. A pesquisa indicou que plataformas como Instagram, Facebook e YouTube foram fundamentais para atrair e engajar visitantes. Investigando como essas ferramentas podem ser usadas de maneira mais eficaz para promover a biodiversidade e as atrações locais, pode-se desenvolver campanhas de *marketing* que ampliem o alcance do turismo ornitológico e engajem diferentes públicos. Além disso, é recomendável explorar como o *Birdwatching* pode ser integrado com o turismo cultural e histórico de Ouro Preto. A criação de roteiros que combinem a observação de aves com experiências culturais locais pode enriquecer a oferta turística e promover um sentido mais profundo de pertencimento e valorização da comunidade local. A experiência de Ubatuba, que

diversificou seu turismo com base no *Birdwatching*, pode servir como modelo para Ouro Preto, mostrando como o turismo ornitológico pode ser uma estratégia eficaz para reduzir a dependência de um único segmento turístico e estimular o desenvolvimento sustentável.

Por fim, é essencial avaliar o impacto da atividade de *Birdwatching* em diferentes áreas do município, especialmente em bairros periféricos, para garantir que os benefícios econômicos e sociais sejam distribuídos equitativamente. A implementação de estratégias que promovam o engajamento das comunidades locais e a valorização de seus recursos naturais e culturais podem contribuir para um desenvolvimento turístico mais equilibrado e sustentável.

6. Referências

ASOCIACIÓN ORNITOLÓGICA DE COSTA RICA. Disponível em: <https://www.avesdecostarica.org/>. Acesso em: 18 nov. 2023.

A BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO DAS VELHAS. Disponível em: <https://cbhvelhas.org.br/a-bacia-hidrografica-do-rio-das-velhas/>. Acesso em: 18 nov. 2023.

BAÊTA, M. **Listo, logo existo**: CBRO divulga nova Lista de Espécies de Aves do Brasil. Disponível em: <https://oeco.org.br/reportagens/listo-logo-existo-cbro-divulga-nova-lista-de-especies-de-aves-do-brasil/>. Acesso em: 18 nov. 2023.

DALL'AGNOL, Sandra. Impactos do Turismo x População Local. **Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**. Turismo e Paisagem: Relação Complexa, Caxias do Sul (RS), 2012.

DIAS, R. A biodiversidade como atrativo turístico: o caso do Turismo de Observação de Aves no município de Ubatuba (SP). *Revista Brasileira de Ecoturismo*. São Paulo, v. 4, n. 1, 2011. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/334176243_A_biodiversidade_como_atrativo_turistico_o_caso_do_Turismo_de_Observacao_de_Aves_no_municipio_de_Ubatuba_SP. Acesso em: 22 set. 2024.

DIAS, R., FIGUEIRA, V. O turismo de observação de aves: um estudo de caso do município de Ubatuba/SP-Brasil. **Tékhné**: Revista de Estudos Politécnicos Polytechnical Studies Review, n. 8, v. 14, 2010. 85-96.

FERREIRA, Eduardo Evangelista. **Patrimônio Mineiro na Serra Do Veloso em Ouro Preto-MG**: registro, análise e proposição de circuitos geoturísticos interpretativos. 2017. 148 f. Dissertação (Mestrado em Evolução Crustal e Recursos Naturais) – Escola de Minas, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2017.

GOMES, Jones da Silva. Impactos do turismo na identidade cultural. Impacts of tourism on cultural identity. **Revista Científica Exedra**, n. 7, p. 22, 2013.

GOOGLE MAPS. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps/dir/Belo+Horizonte>. Acesso em: 18 nov. 2023.

ICMBIO. **Livro Vermelho da Fauna Brasileira Ameaçada de Extinção**: Volume III – Aves. 1. ed. Brasília, DF: ICMBio/MMA, 2018.

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/373/>. Acesso em: 18 nov. 2023.

IUCN. **The IUCN Red List of Threatened Species**. Disponível em: <www.iucnredlist.org>. Acesso em: 14 maio. 2024.

MELÓ, B. **Proposta de observação de aves como atividade estratégica à conservação ambiental no Jardim Botânico Benjamin Maranhão em João Pessoa- PB**. Tese (Mestrado Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Proposta de observação de aves como atividade estratégica à conservação ambiental no Jardim Botânico Benjamin Maranhão em João Pessoa- PB, Universidade Federal de Paraíba, 2015. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbmninnkcbpcbjpccglclefindmkaj/https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/7933/2/arquivototal.pdf>. Acesso em: 8 out. 2024.

MOREIRA, Felipe. **Táxeus** - listas de espécies. Lista de Aves do Cerrado ameaçadas de extinção (segundo a lista de J. M. C. da Silva) [2023]. Disponível em: <https://www.taxeus.com.br/lista/5661>>L Acesso em: 1 out. 2024.

PACHECO, J. F. *et al.* Annotated checklist of the birds of Brazil by the Brazilian Ornithological Records Committee - Second edition. **Ornithology Research**, v. 29, n. 2, p. 94-105, 2021.

PERINOTTO, André Riani Costa; SILVA, Robson Rannier Brito; BRAGA, Solano de Souza. O impacto das redes sociais no processo de decisão de compra do destino Praia de Atalaia, Luís Correia, Piauí. **Revista Turismo & Cidades**, v. 2, n. 3, p. 87-107, 23 jun. 2020. Disponível em: <https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/turismoecidades/article/view/13271>. Acesso em: 11 set. 2024.

PREFEITURA MUNICIPAL DE OURO PRETO (PMOP). Disponível em: <https://ouropreto.mg.gov.br/informacoes-gerais>>. Acesso em: 18 nov. 2023.

SERRA DA MESA – Luziânia, Samambaia – Luziânia – Paracatu IV – Emborcação. **2º Relatório de monitoramento do pato mergulhão**, março de 2010. Disponível em: <https://licenciamento.ibama.gov.br/LinhadeTransmissao/LT%20Serra%20da%20Mesa%20II%20-%20Luziania%20-%20Samambaia,%20Luziania%20-%20Paracatu%20IV%20-%20Emborcacao/2o%20Rel.%20Pato%20SMTE.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2023.

SANTOS, José Manuel Figueiredo dos. **Turismo e configurações culturais** [2014]. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/277187230_Turismo_e_Transfiguracoes_Culturais>>. Acesso em: 18 nov. 2023.

SCHWANTES, Vilson *et al.* A Formação Dos Conceitos Na Perspectiva Histórico-Cultural. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**. 2021, Ano 6, ed. 6, v. 8, p. 201-224. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/educacao/perspectiva-historico>. Acesso em: 10 out. 2024.

SOUZA, Gomes Anderson; KOVACS, Michelle. *Marketing Turístico e Promoção: uma análise sobre as ações de comunicação empreendidas pela Empresa de Turismo de Pernambuco*. Universidade do Vale do Itajaí Camboriú. **Turismo - Visão e Ação**, vol. 11, núm. 2, maio-agosto, 2009, p. 201-217.

WIKI AVES. Espécies em Ouro Preto/MG | Wiki Aves - A Enciclopédia das Aves do Brasil. Disponível em: <https://www.wikiaves.com.br/especies.php?&t=c&c=3146107>. Acesso em: 18 nov. 2023.