

ARTIGO

TURISMO CULTURAL
E O MERCADO

O comportamento dos turistas está sempre mudando, portanto, novas motivações e expectativas de viagens precisam ser atendidas, principalmente com a celeridade da globalização, turistas procuram por novas rotas de viagem que atendam às suas necessidades, sua situação pessoal, seus desejos e preferências.

A estratégia de posicionamento de marketing, promoção e comercialização de produtos do turismo cultural são alguns dos propósitos mercadológicos. Nesse caso, atenção especial deve ser dada a algumas peculiaridades do segmento de mercado, pois a estrutura de comunicação desta oferta é baseada principalmente na identidade cultural do destino em questão.

A marca é uma ferramenta para localizar um destino no mercado de viagens, diferenciando-o dos concorrentes e transmitindo o conceito, atributos e vantagens do produto. As características culturais da área são um fator importante na composição da marca, pois é uma característica única da área e podem ser reconhecidas várias vezes ao mesmo tempo.

A cultura engloba todas as formas de expressão do homem: o sentir, o agir, o pensar, o fazer, bem como as relações entre os seres humanos e destes com o meio ambiente. A definição de cultura, nesta perspectiva abrangente, permite afirmar que o Brasil possui um patrimônio cultural diversificado e plural (MTur).

Por sua vez, as imagens e frases utilizadas devem estimular a imaginação do

O turismo cultural pode ajudar as pessoas a aumentar a consciência sobre a proteção do patrimônio tangível e imaterial

significativo.

Alguns pontos devem ser observados, permitindo que o visitante tenha uma ideia geral dos atrativos que irá visitar:

- Destaque um slogan refletindo sua imagem principal ao lado do nome do Estado/cidade, por exemplo, Cuiabá – Cidade Verde;
- Fornecer uma descrição geral do local visitado (história, influência, tradição, economia e tendências), ou seja, fornecer informações que comprovem o slogan;
- Destaque os lugares imperdíveis relacionados à cultura e história, horário de funcionamento e web site para mais informações;
- Pontuar outras atrações para que os visitantes possam aprofundar seu conhecimento da cultura local;
- Apontar informações sobre locais de alimentação, enfatizando as características da culinária e costumes locais;

A razão da existência do turismo cultural é a cultura e seus diversificados produtos e atividades produzidas, as mesmas independem da atividade turística. Geralmente, os produtos e atividades culturais são os objetivos dos meios de comunicação, que divulgam suas obras em grande quantidade para estimular seu conhecimento e atrair turistas em potencial que podem viajar e apreciar a cultura, nesse sentido, o mercado cultural afeta o mercado de turismo.

O turismo cultural pode ajudar as pessoas a aumentar a consciência sobre a proteção do patrimônio tangível e imaterial, e perceber que este é um patrimônio que distingue e reconhece a região.

SIDNEY TAPAJÓS – Turismólogo e Pedagogo. Especialista em RH e Didática do Ensino Superior. Instagram:Turismo100Subjetivismo/tapajós. sidney@gmail.com; (65) 9 9802-6526

JORNAL DIÁRIO DA SERRA	REDAÇÃO
Propriedade da AJOTA	DIREÇÃO DE JORNALISMO Fabíola Tormes
ASSOCIAÇÃO JORNALÍSTICA DE TANGARÁ DA SERRA CNPJ: 29.464.235/0001-16	CONTATO ds@diariodaserra.com.br
Av. Tancredo Neves - 1247 W - Parque Mansões 78300-000 Tangará da Serra-MT	Envie Pautas, Fotos Sugestões e Vídeos para o whatsapp do DIÁRIO DA SERRA  (65) 99809.2921
ISSN 22386467	www.diariodaserra.com.br www.ds.jor.br
TIRAGEM 1 MIL EXEMPLARES	DEPARTAMENTO COMERCIAL
CIRCULAÇÃO Tangará da Serra, Nova Olímpia, Barra do Bugres, Porto Estrela, Campo Novo do Parecis, Sapezal, Denise, Arenópolis, Nortelândia e Santo Afonso.	PUBLICIDADE ASSINATURA PUBLICIDADE LEGAL Associação Jornalística de Tangará da Serra - AJOTA
CENTRAL DO ASSINANTE (65) 3326.6501 	SERVIÇOS GRÁFICOS E. Tormes e Cia. LTDA CNPJ: 14.048.123/0001-07
	CONTATO: adm@diariodaserra.com.br Fone: (65) 3326-4724

ELEIÇÕES 2020

Em Campo Novo, Rafael seguirá mais quatro anos com foco na saúde



Coligação 'O futuro se levanta'

Rafael e Toninho Brolio obtiveram 6.395 votos (38,39%)

FABÍOLA TORMES / Redação DS

Rafael Machado (PSL) foi reeleito no último dia 15 de novembro prefeito de Campo Novo do Parecis para os próximos quatro anos. Ao fim da apuração, Rafael Machado teve 38,39% dos votos.

Ao lado do empresário Antonio Cesar Brolio (Toninho Brolio), pela coligação 'O futuro se levanta', composta por PSL e Podemos, ele conquistou 6.395 votos.

Vindo da iniciativa privada – trabalhou na área de comunicação, pois é formado em Comunicação e Marketing – Rafael se lançou candidato a prefeito em 2016, em busca de uma 'política diferente' para Campo Novo. “Coloquei o

nome a disposição, para ser avaliado pelo eleitor e tivemos sucesso. Fomos eleitos com 6.337 votos (...) e durante a gestão não foi nada fácil, porque entramos com perfil da iniciativa privada, implantando gestão com resultado”, revelou, ao destacar que, apesar das dificuldades, muita coisa conseguiu desenvolver.

Assim, buscando a continuidade desse desenvolvimento, colocou novamente seu nome a disposição da população nestas eleições, conseguindo a empreitada. “Esse ano foi bem difícil combater a mentira, bem mais que levar propostas e projetos nestas eleições, assim como mostrar o que fizemos nesses quatro anos (...) mas a população reconheceu”.

Das ações realizadas, Rafael destaca o engrandecimento da cidade, como polo da região do Chapadão do Parecis; a construção de um aeroporto regional (em fase de conclusão); aquisi-

ção de usina de asfalto; e a construção da Escola Municipal José Delfino, entre outros. “Olhando para o futuro, vamos seguir com esse grande objetivo, focado em transformar Campo Novo em município polo na região do Chapadão e investimentos em saúde. Nos próximos quatro anos vocês verão a transformação que faremos na saúde na nossa região. A prova é a vinda do Santa Ângela para Campo Novo, com uma filial e também a estrutura de 20 sócios amigos, filhos daqui, construindo o maior hospital da região. A iniciativa privada começa a investir”.

RESULTADO GERAL - Pim ficou em segundo lugar com 35,43% (5.902 votos), Clovis de Paula - PSC – 24,55% (4.090 votos) e Professora Angela - PSB – 1,63% (272 votos).

A eleição em Campo Novo do Parecis teve 28,48% de abstenção, 2,55% votos brancos e

2021-2024

PP e Podemos serão maioria na Câmara em Campo Novo

Redação DS

A cidade de Campo Novo do Parecis teve definida na eleição do dia 15 de novembro a composição da Câmara Municipal para os próximos quatro anos.

A lista indica que os partidos que mais con-

quistaram cadeiras na Câmara de Campo Novo do Parecis foram o Partido Progressista (PP), com três vereadores eleitos, inclusive o mais votado, e o Podemos com dois representantes.

Marciano (PP) recebeu o maior número de votos, com 858; seguido de Fá-

bio do Agem (Podemos), com 676 votos; Baioto (MDB), com 661 votos; Willian Freitas (PP), 647 votos; Marcel Burgel (Podemos), 513 votos; Beito Machadinho (Democratas), 503 votos; Joaquim Equip (PP), 422 votos; Itamar (PSC), 396 votos; e Márcio Nascimento (PSL), 392 votos.