

## ANÁLISE DO GRAU DE DESENVOLVIMENTO DA OFERTA DOS CIRCUITOS TURÍSTICOS DE MINAS GERAIS COM BASE EM SEUS RECURSOS, ATRATIVOS E PRODUTOS TURÍSTICOS

Fabiola Cristina Costa de Carvalho\* & Thiago Duarte Pimentel\*\*

**Resumo:** Este estudo teve como objetivo avaliar o grau de desenvolvimento da oferta turística em três Instâncias de Governança Regional (IGRs) de Minas Gerais, a partir da caracterização de recursos, atrativos e produtos turísticos segundo a percepção dos principais stakeholders dos destinos. Fundamentado nos conceitos de recurso, atrativo e produto turístico, o estudo adotou uma abordagem exploratória-descritiva, realizando o levantamento e a organização de informações sobre os elementos da oferta turística existentes nos circuitos analisados. A amostra final foi composta por 435 observações, classificadas quanto aos fatores de motivação, grau de especialização e enquadramento como recurso, atrativo ou produto turístico. Os resultados evidenciaram o predomínio de recursos socioculturais (75,2%) em relação aos naturais (24,8%), com diferenças significativas entre os circuitos. O Circuito Serras de Ibitipoca destacou-se pela forte presença de recursos naturais e maior diversificação de produtos especializados, enquanto Malhas do Sul de Minas apresentou maior equilíbrio na distribuição dos recursos e Caminho Novo concentrou-se em elementos histórico-culturais. Observou-se ainda baixa especialização dos serviços de hospedagem e alimentação e predominância de eventos de alcance local. Conclui-se que os circuitos possuem recursos e atrativos com potencial para diferenciação turística, mas demandam maior estruturação e especialização para sua consolidação como produtos turísticos competitivos.

**Palavras-chave:** Turismo; Oferta Turística; Produto Turístico; Governança Regional; Desenvolvimento Turístico.

### ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT LEVEL OF TOURISM SUPPLY IN THE TOURIST CIRCUITS OF MINAS GERAIS BASED ON THEIR RESOURCES, ATTRACTIONS, AND TOURISM PRODUCTS

**Abstract:** This study aimed to assess the level of tourism supply development in three Regional Governance Instances (RGIs) in Minas Gerais, Brazil, based on the characterization of tourism resources, attractions, and tourism products according to the perception of key destination stakeholders. Grounded in the concepts of resources, attractions, and tourism products, the research adopted an exploratory-descriptive approach, collecting and organizing information on tourism supply elements within the analyzed regions. The final sample comprised 435 observations, classified according to motivation factors, degree of specialization, and categorization as resources, attractions, or tourism products. The results revealed a predominance of sociocultural resources (75.2%) over natural resources (24.8%), with significant differences among the regions. Serras de Ibitipoca stood out for its strong presence of natural resources and greater diversification of specialized tourism products, while Malhas do Sul de Minas showed a more balanced distribution of resources and Caminho Novo was characterized by a concentration of historical and cultural elements. The study concludes that the regions possess resources and attractions with significant potential for tourism differentiation; however, greater structuring and specialization are required to consolidate them as competitive tourism products.

**Keywords:** Tourism; Tourism Supply; Tourism Product; Regional Governance; Tourism Development.

### ANÁLISIS DEL GRADO DE DESARROLLO DE LA OFERTA DE LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS DE MINAS GERAIS A PARTIR DE SUS RECURSOS, ATRATIVOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

**Resumen:** Este estudio tuvo como objetivo evaluar el grado de desarrollo de la oferta turística en tres Instancias de Gobernanza Regional (IGRs) de Minas Gerais, a partir de la caracterización de recursos, atractivos y productos turísticos según la percepción de los principales actores involucrados en los destinos. Basado en los conceptos de recurso, atractivo y producto turístico, el estudio adoptó un enfoque exploratorio-descriptivo, realizando el levantamiento y la organización de información sobre los elementos de la oferta turística presentes en los circuitos analizados. La muestra final estuvo compuesta por 435 observaciones, clasificadas según factores de motivación, grado de especialización y encuadre como recurso, atractivo o producto turístico. Los resultados evidenciaron el predominio de recursos socioculturales (75,2%) sobre los naturales (24,8%), con diferencias significativas entre los circuitos. El Circuito Serras de Ibitipoca destacó por la fuerte presencia de recursos naturales y una mayor diversificación de productos especializados, mientras que Malhas do Sul de Minas presentó una distribución más equilibrada de los recursos y Caminho Novo se concentró en elementos histórico-culturales. Se concluye que los circuitos poseen recursos y atractivos con potencial para la diferenciación turística, aunque requieren una mayor estructuración y especialización para consolidarse como productos turísticos competitivos.

**Palabras clave:** Turismo; Oferta Turística; Produto Turístico; Gobernanza Regional; Desarrollo Turístico.

HOW TO CITE: Knupp, M. C. G., Manami Senda, L.; Vieira, A. C. A. & Pimentel, T. D. (2025). Análise das Redes Sociais de Stakeholders em Três Instâncias de Governança Regional de Minas Gerais. *Latin American Journal of Tourismology*, 11 (Regular Issue), 1 – 7, Jan./ Dez. Retrieved from: <https://periodicos.ufrj.br/index.php/rlaturismologia/article/view/53191>  
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17676026>



Licenciada por  
Creative Commons  
Atribuição Não Comercial /  
Sem Derivações/ 4.0 / Internacional

\* \*\*\*\* Pós-doutor Estudos Urbanos e Turísticos (Geopolítica e Governança Regional) pela Université du Québec à Montréal - UQAM, Canadá. Pós-doutor em Filosofia e Sociologia (Realismo Crítico) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ. Doutor em Ciências Sociais (Sociologia) pela Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF (Brasil). Mestre em Administração (Teoria das Organizações) e Bacharel em Turismo (Planejamento Integral), ambos pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG (Brasil). Membro da Associação Internacional de Especialistas Científicos em Turismo - AIEST e da Associação Internacional de Sociologia - ISA (membro do Board RC17). CV: <http://lattes.cnpq.br/9841188234449467>; Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1889-069X>; [thiago.pimentel@ufrj.br](mailto:thiago.pimentel@ufrj.br)

\*\* Pesquisadora candidata ao SNI/Conacyt, México, doutora em Ciências Sociais pela Universidad Autónoma de Sinaloa, mestre em Administração Pública pela Fundação João Pinheiro e bacharel em Turismo pela UFJF. Atuou na Universidad de Guadalajara/CUCosta-CEDESTUR e integra RIIIR, CELAT, OEST e REACT, pesquisando turismo, teoria social, realismo crítico, políticas públicas e gestão.

## 1 CONTEXTO E PROBLEMÁTICA

O estudo investiga a institucionalização das políticas públicas de turismo em Minas Gerais entre 2010 e 2020, com foco na sua manifestação nas políticas regionais das Instâncias de Governança Regional (IGRs). Parte do reconhecimento de que as políticas públicas são influenciadas pelo papel do Estado ao longo do tempo e, no caso do turismo, ganharam destaque recente devido à expansão do setor a partir da segunda metade do século XX.

O grau de desenvolvimento potencial e real de um destino depende das possibilidades de uso dos espaços tanto naturais como aqueles construídos para o uso turístico. Deste modo a atratividade de um lugar estará subordinada ao tipo de insumo que alimentará o subsistema produtivo do turismo [i.e. suas características e potencialidades] e condicionará os outputs do sistema

Este projeto tem o objetivo avaliar o grau de desenvolvimento da oferta turística nas Instâncias de Governança Regional de Minas Gerais, tomando como base a caracterização de seus 'recursos', 'atrativos' e 'produtos turísticos', segundo a percepção dos principais stakeholders do destino.

## 2 METODOLOGIA

A partir de uma pesquisa exploratória-descritiva foi realizado o levantamento/organização de informações faltantes (YIN, 2001), sobre os 'atrativos', 'recursos' e 'produtos turísticos' existentes no lócus do estudo.

Deste modo, se apresenta a definição destes três conceitos utilizadas como balizador desta pesquisa, isto é, 'Recursos', 'Atrativos' e 'Produtos Turísticos' sintetizados no quadro 1.

Quadro 1 – Síntese conceitual para a identificação dos atrativos, recursos e produtos turísticos

| Conceito | Definição adotada na pesquisa  |
|----------|--|
| Recurso  | Componente situado em uma localidade, potencialmente útil ao sistema turístico, como instalações ou serviços, que possam estimular o deslocamento de pessoas até a localidade anfitriã e influenciar a experiência do turista. |

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Atrativo</b>          | Todo o bem existente em uma localidade capaz de atrair uma quantidade significativa de visitantes. É aquilo que existe especificamente para os turistas.                                   |
| <b>Produto turístico</b> | conjunto de atividades e serviços relacionados aos empreendimentos de hospedagem, alimentação, transportes, que existem como resultado da somatória do atrativo e dos serviços turísticos. |

Fonte: Pimentel e Carvalho (2020).

Com base na revisão bibliográfica foram elencados os critérios de análise em três etapas:

### 3. Identificação dos tipos e fatores de motivação dos recursos e atrativos

#### II. Análise do grau de especialização da oferta

#### III. Classificação dos elementos por tipo de Recurso/Atrativo/Produto de acordo com o segmento

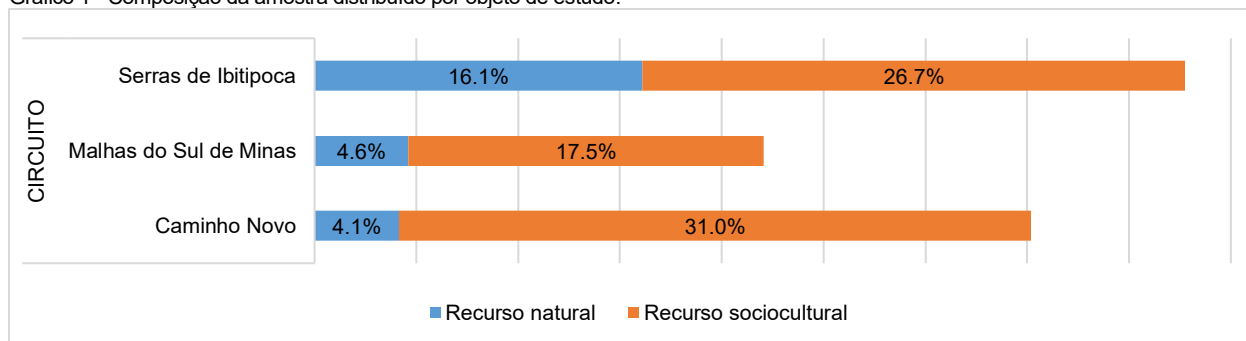
| Universo: 792 elementos  |   |
|--|---|
| <b>Primeiro corte:</b> Meios de hospedagem (44,6%); Serviços de alimentos e bebidas (52,8%); Outros (2,6%) | <b>Segundo corte:</b> informações não encontradas |
| Amostra: 435 elementos.  |   |

## 3 ANÁLISE

Para a classificação dos atrativos e recursos foram identificados 435 elementos, dos quais 24,8% foram categorizados como recurso natural e 75,2% como recurso sociocultural, distribuídos entre os três circuitos examinados (Gráfico 1). Uma primeira consideração foi a concentração dos recursos e atrativos no meio urbano nos três circuitos.

No entanto o Circuito Serras de Ibitipoca destaca o predomínio dos recursos naturais (16,1%) identificados, o que é esperado considerando estes elementos compõem a motivação principal do circuito.

Gráfico 1 - Composição da amostra distribuído por objeto de estudo.



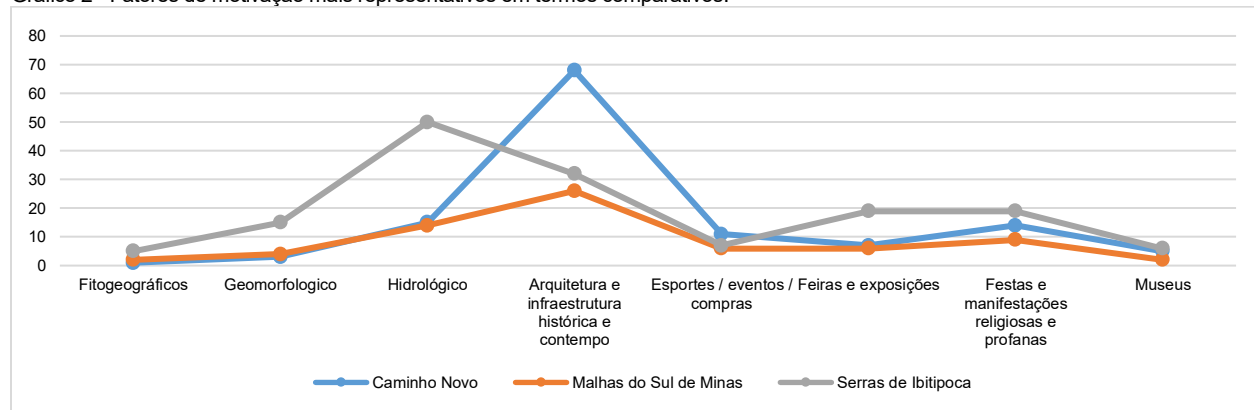
Fonte: elaboração própria.

### 3.1 Tipos e fatores de motivação dos recursos e atrativos

Quanto aos fatores de motivação dos recursos e atrativos no Circuito Caminho Novo o centro da oferta turística está nos recursos socioculturais vinculados a arquitetura e infraestrutura histórica e contemporânea (44,4%). No Circuito Serras de Ibitipoca predominam os elementos naturais, principalmente hidrológicos (rios e cachoeiras) (26,9%) e geomorfológicos (8,1%), muitos dos quais estão dentro e ao redor do Parque Estadual do Ibitipoca, o principal atrativo e produto turístico da região.

Entre os fatores socioculturais destacam-se os elementos arquitetônicos e de infraestrutura (17,2%). No Circuito Malhas do Sul de Minas, também predomina, ainda que em menor escala se comparado com os circuitos anteriores, a incidência de elementos de arquitetura e infraestrutura histórica e contemporânea (27,1%) e os recursos hidrológicos (14,6%). Algo interessante é um maior equilíbrio na distribuição dos recursos, de acordo com a motivação que podem desencadear.

Gráfico 2 - Fatores de motivação mais representativos em termos comparativos.



Nota: se excluem os elementos que são altamente representativos em apenas um circuito  
 Fonte: elaboração própria

### 3.2 Grau de especialização da oferta

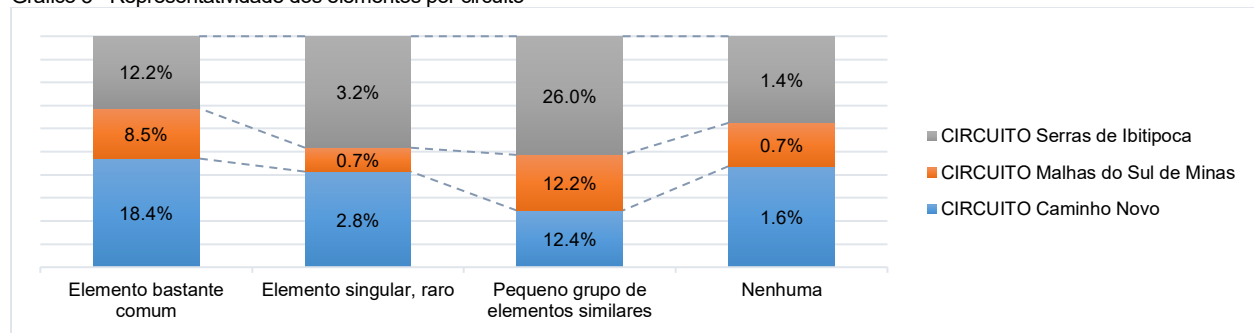
Se identificaram 6,7% considerados “singulares”, como a Casa de Cabangu (ou Museu de Cabangu), lugar de nascimento de Alberto Santos Dumont; a Camerata de Violões de Santana do Deserto e o Orquidário Sítio Santo Antônio, em Simão Pereira. As Folias de Reis, no Circuito Caminho Novo e Serras de Ibitipoca apesar de ter certa frequência, devido ao valor histórico-cultural foram classificados também como elementos singulares. No circuito Malhas do Sul de Minas identificamos o “Concurso de qualidade do café” como singular.

As observações referentes ao “pequeno grupo de elementos similares” (50,6%), foram as que resultaram mais frequentes, mas que pode atrair públicos

especializados. Nesse quesito os elementos relacionados ao patrimônio histórico-cultural tombado é um componente importante, considerando que esse segmento é relevante na oferta turística de Minas Gerais e que, portanto, poderia beneficiar-se de fluxos visitantes de outros circuitos próximos.

Entre os elementos bastante comuns (39,1%) foram classificados os eventos locais, como carnaval, festa dos santos padroeiros e exposição agropecuária. Os elementos sem nenhuma representatividade são relacionados a atividades de lazer o esportivas nas cidades, como os ginásios poliesportivos que são apresentados no portal de turismo.

Gráfico 3 - Representatividade dos elementos por circuito



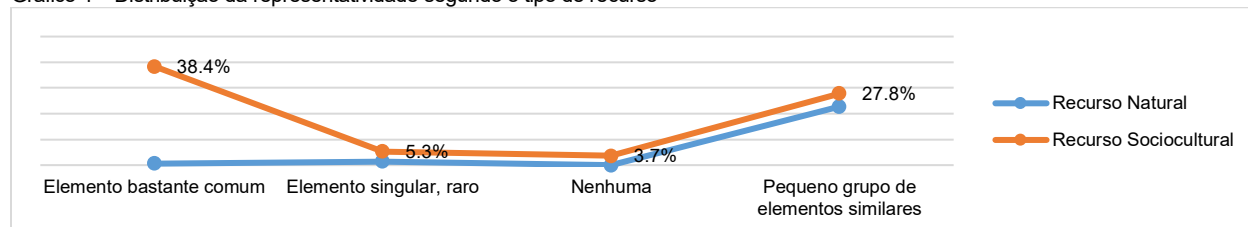
Fonte: elaboração própria.

Ainda com relação a representatividade, conforme o gráfico 4, 38,4%, da amostra está composta por aqueles elementos bastante comuns, estão entre os recursos socioculturais, os quais de forma geral também predominam na distribuição das demais observações – “pequeno grupo de elementos similares” (27,8%), “elemento bastante comum” (5,29%). Por outro lado, há

um “pequeno grupo de elementos similares” (22,76%) entre os recursos naturais observados.

Todos os recursos naturais são representativos apesar de que 22,8% foram considerados como parte de um pequeno grupo de elementos similares evidenciando-se que há uma área de oportunidade de distinção da oferta com base em uma motivação comum.

Gráfico 4 – Distribuição da representatividade segundo o tipo de recurso



Fonte: elaboração própria.

### 3.3 Classificação dos elementos entre Recurso, Atrativo e Produto Turístico

Entre as 435 observações 49% foram classificados como atrativos, 43% como recurso e 8 (7,6%) como produtos. Na tabela 5 é observado que dos produtos turísticos predomina (2,3% da amostra) aqueles compostos em sua essência por recursos naturais (físicos), seguidos por aqueles vinculados a realização de eventos programados (2,1%). Em terceiro lugar, estão os produtos formados por recursos e atrativos relacionados às manifestações culturais e históricas (1,6%), de forma que aqui se incluem aqueles relacionados ao patrimônio histórico e arquitetônico. Também observamos alguns produtos compostos por elementos relacionados aos recursos técnico científicos (1,4%) e outros às manifestações imateriais (0,2%).

Quanto aos atrativos, foi observado que também sobressai aqueles que têm seu cerne em recursos naturais (17,2%) seguidos daqueles que são formados por recursos classificados como manifestações culturais e históricas (14,9%), e uma grande quantidade (12%) vinculados a eventos programados, ou seja, que tem várias edições de forma periódica. As manifestações imateriais (4,4%), e os elementos urbanos ou construídos (0,7%) completam esse grupo.

Os recursos se constituem por elementos que representam manifestações culturais e históricas (19,1%), eventos programados (7,8%), elementos urbanos ou construídos (7,1%), recursos naturais (5,5%), manifestações imateriais (2,1%) e manifestações técnicas e científicas (1,6%).

Tabela 1 – Classificação segundo a característica fundamental do elemento observado.

| Característica                                   | Classificação |              |             | Total       |
|--|---------------|--------------|-------------|-------------|
|  | Recurso       | Atrativo     | Produto     |             |
| Manifestações culturais e históricas (materiais) | 19,1%         | 14,9%        | 1,6%        | 35,6%       |
| Recursos Naturais                                | 5,5%          | 17,2%        | 2,3%        | 25,1%       |
| Evento programado                                | 7,8%          | 12,0%        | 2,1%        | 21,8%       |
| Elementos urbanos ou construídos                 | 7,1%          | 0,7%         | -           | 7,8%        |
| Manifestações imateriais                         | 2,1%          | 4,4%         | 0,2%        | 6,7%        |
| Manifestações técnicas e científicas             | 1,6%          | -            | 1,4%        | 3,0%        |
| <b>Total</b>                                     | <b>43,2%</b>  | <b>49,2%</b> | <b>7,6%</b> | <b>100%</b> |

Fonte: elaboração própria.

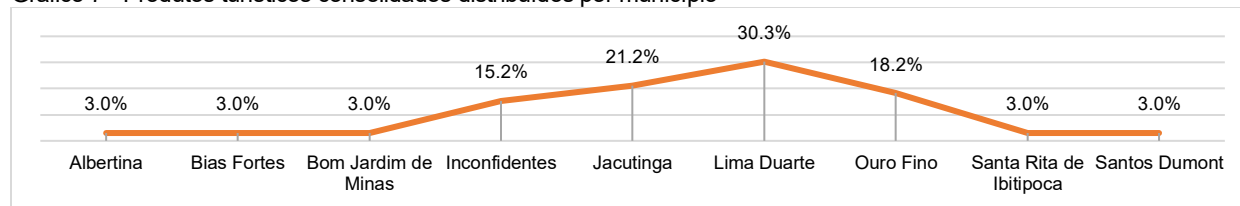
Foram identificados alguns produtos classificados como “consolidados”, em particular algumas rotas ou trilhas para cicloturismo, peregrinação ou outra atividade que implique uma visita guiada ou autoguiada, que são difundidos entre os municípios

Estes elementos (33 observações, conforme o gráfico 6) foram separados da análise general por apresentarem duas características: (1) serem rentáveis (ainda que não haja o pagamento para o acesso, como entradas ou a contratação compulsória de guias, estes produtos geram um consumo direto, como a contratação

serviços de receptivo, aluguel de equipamentos ou compra de produtos relacionados as trilhas e rotas) e (2) estarem vinculados a uma empresa ou a promoção turística do circuito. Também as agências de turismo

emissivo foram consideradas nessa categoria por compor o sistema de produção do destino. Deste modo a distribuição destes elementos por município é observada no gráfico 7.

Gráfico 7 - Produtos turísticos consolidados distribuídos por município



Fonte: elaboração própria.

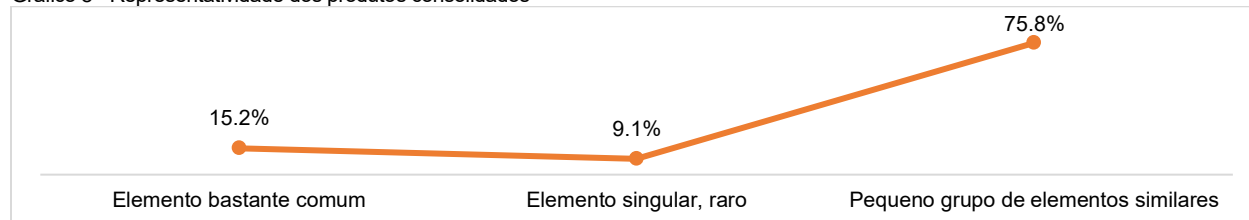
Conforme o gráfico 8 entre os elementos bastante comuns (15,2%) estão as agências de turismo emissivo com uma oferta generalizada, que competem por tanto inclusive com o mercado das agências online. Entretanto são considerados com alguma representatividade por haver poucas empresas desse tipo entre os municípios observados.

Na categoria elemento singular, raro (9,1%) chamou atenção uma agência de turismo especializada em turismo corporativo e uma agência de turismo especializada em expedições fotográficas. O terceiro item

é a Tirolesa no município de Jacutinga, que apresenta uma oferta combinada com experiência de trilha autoguiada.

Entretanto, a maior parte dos elementos foram classificados na categoria "pequeno grupo de elementos similares" (78,5%), devido às características dos recursos turísticos associados aos circuitos analisados apresenta em sua composição serviços de receptivo especializados em City Tours, Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Rural, Experiências relacionadas a peregrinações e turismo histórico-cultural.

Gráfico 8 - Representatividade dos produtos consolidados



Fonte: elaboração própria.

Nesse sentido foi observado que o Circuito Serras de Ibitipoca é o que apresenta mais diversificação da oferta de produtos especializados, distribuídos entre Oferta guiada e autoguiada de Ecoturismo / Turismo de aventura / Turismo Rural (7); Agência de turismo emissivo (4); Agência de turismo especializada em turismo corporativo (1) e de receptivo especializado em peregrinações, rotas turísticas (1). Por outro lado, no Circuito Malhas de Minas predomina os produtos relacionados a rotas e passeios especializados em turismo de aventura, ecoturismo e turismo rural (13), bem como os operadores dedicados a peregrinações e rotas histórico-culturais, que podem combinar elementos de ecoturismo (5), bem como uma agência de turismo emissivo. No Circuito Caminho Novo se observou apenas 1 produto consolidado especializado em turismo fotográfico.

## 5 CONCLUSÕES E IMPLICAÇÕES PARA A GESTÃO

Os resultados evidenciam que os circuitos analisados possuem importantes fortalezas

relacionadas à presença de produtos turísticos estruturados, especialmente aqueles associados aos parques naturais e a elementos históricos, culturais e religiosos que integram conjuntos reconhecidos pelo patrimônio material e imaterial.

Tais recursos conferem singularidade aos destinos e podem representar uma relevante vantagem competitiva para o sistema turístico de Minas Gerais. Por outro lado, foram identificadas fragilidades na composição da oferta turística, destacando-se a inclusão de elementos que não possuem vocação turística evidente, como atividades esportivas e de lazer voltadas predominantemente à população local.

Além disso, os segmentos de hospedagem e alimentação apresentam baixo grau de especialização, limitando sua capacidade de se constituírem em atrativos diferenciados ou produtos turísticos consolidados. Verificou-se ainda que muitos eventos programados, como festas religiosas, feiras agropecuárias e celebrações carnavalescas, possuem caráter generalizado e alcance predominantemente regional.

Entretanto, observa-se um potencial significativo para a qualificação desses eventos e sua transformação em produtos turísticos especializados, especialmente nos segmentos de turismo cultural, religioso, esportivo e de eventos.

Dessa forma, a valorização dos recursos singulares e o fortalecimento da especialização da oferta turística emergem como estratégias fundamentais para ampliar a competitividade e promover o desenvolvimento turístico dos circuitos analisados.

## REFERÊNCIAS

- BENCKENDORFF, P. J. Planning for the future: a study of Australian tourist attractions. *Summary Report for Australian Tourist Attractions*. School of Business Tourism Program James Cook University Townsville Qld. 2001.
- CARVAJAL-ZAMBRANO, G.V.; LEMOINE QUINTERO, F.A. Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El Periplo Sustentable*, n. 34, 164-184. 2018.
- PIMENTEL, T.D.; CARVALHO, F.C.C. Autoavaliação do grau de desenvolvimento da oferta turística com base em seus recursos, atrativos e produtos turísticos. *Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, v.1, n. 12, 43-80. 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i1p43>
- YIN, R. K. *Case study research: design and methods*. Beverly Hills: Sage. 2001.

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG, pelo apoio ao projeto “Institucionalização dos Circuitos Turísticos em Minas Gerais: diagnóstico, análise e propostas de ação para economias de aglomeração e sua governança em serviços turísticos” – Edital nº 001/2021, Demanda Universal, Processo APQ-03073-21.

Agradecemos, igualmente, à Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, instituição coordenadora da pesquisa, e às instituições parceiras que colaboraram em sua execução: Universidade Federal de São João del-Rei – UFSJ, Universidade Federal de Viçosa – UFV, Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM, Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP, Universidade de Guadalajara, no México, e INCEPS. Registramos, ainda, nosso reconhecimento aos pesquisadores subcoordenadores responsáveis pelas diferentes subprojetos, em especial: Prof. Dr. Thiago Duarte Pimentel (UFJF), subprojeto 1 (níveis de governança e gestão) e 3 (análise da cadeia produtiva); Profa. Dra. Mariana Pereira Chaves Pimentel (UFJF), subprojeto 2 (análise institucional das políticas públicas); Prof. Dr. Guilherme Fortes Drummond Chicarino Varajão (UFVJM), subprojeto 4 (análise espacial); Profa. Dra. Fabíola Cristina Costa de Carvalho (UdG e INCEPS), subprojeto 5 (oferta equipamentos turísticos); Prof. Dr. Marcos Knupp (UFOP), subprojeto 6 (análise de redes sociais); Prof. Dr. Gustavo Melo Silva (UFSJ), subprojeto 7 (modernização administrativa); Prof. Dr. Magnus Luiz Emmendoerfer (UFV), subprojeto 8 (economia criativa).



## Declaração CRediT sobre autoria

| Termo                      | Definição  | Autor 1 | A2 |
|----------------------------|--|---------|----|
| Conceitualização           | Ideias; formulação ou evolução de objetivos e objetivos de investigação abrangentes  | x       | x  |
| Metodologia                | Desenvolvimento ou concepção de metodologia; criação de modelos  | x       | x  |
| Software                   | Programação, desenvolvimento de software; concepção de programas de computador; implementação do código informático e algoritmos de suporte; teste dos componentes de código existentes  | x       | x  |
| Validação                  | Verificação, quer como parte da atividade quer separadamente, da replicação/reprodutibilidade global dos resultados/experimentações e outros resultados da investigação  | x       | x  |
| Análise formal             | Aplicação de técnicas estatísticas, matemáticas, computacionais, ou outras técnicas formais para analisar ou sintetizar dados de estudo  | x       | x  |
| Investigação               | Condução do processo de investigação e investigação, realizando especificamente as experiências, ou recolha de dados/evidências  | x       | x  |
| Recursos                   | Fornecimento de materiais de estudo, reagentes, materiais, pacientes, amostras de laboratório, animais, instrumentação, recursos informáticos, ou outras ferramentas de análise  | x       | x  |
| Curadoria de dados         | Atividades de gestão para anotar (produzir metadados), lapidar dados e manter dados de investigação (incluindo código de software, onde é necessário para a interpretação dos próprios dados) para utilização inicial e posterior reutilização | x       | x  |
| Escrita - Esboço original  | Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado, redigindo especificamente o projeto inicial (incluindo a tradução substantiva)  | x       | x  |
| Escrita - Revisão & Edição | Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado por aqueles do grupo de investigação original, especificamente revisão crítica, comentário ou revisão - incluindo fases pré ou pós-publicação                                      | x       |    |
| Visualização               | Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado, especificamente visualização/apresentação de dados  | x       |    |
| Supervisão                 | Supervisão e responsabilidade de liderança no planeamento e execução da atividade de investigação, incluindo mentoria externa à equipa central   | x       | x  |
| Administração do projeto   | Responsabilidade pela gestão e coordenação do planeamento e execução da atividade de investigação  | x       |    |
| Aquisição de financiamento | Aquisição do apoio financeiro para o projeto conducente a esta publicação  | x       |    |

Fonte: reproduzido de Elsevier (2022, s/p), com base em Brand et al. (2015).

---

Processo Editorial / Editorial Process / Proceso Editorial

Editor Chefe / Editor-in-chief / Editor Jefe: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido / Received / Recibido: 15.09.2025; Revisado / Revised / Revisado: 03.10.2025 – 28.11.2025; Aprovado / Approved / Aprobado:  
26.12.2025; Publicado / Published / Publicado (online): 30.05.2026\*.

[\* Editorial note: article originally scheduled for publication in 2025, but published in 2026 due to disruptions in the editorial workflow associated with external factors, including the interruption of services provided by a third-party editorial support provider.]  
Documento revisado por pares / Peer-reviewed paper / Documento revisado por pares.