



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Planejamento e Gestão na Região Turística do Vale do Rio Pardo/RS

Gabrielan Umann Goerck

Resumo: O turismo é uma atividade que se apropria do território onde se desenvolve, por isso é importante que ele seja planejado e gerido adequadamente. Promover o desenvolvimento regional a partir do turismo, implica em compreender as variadas manifestações da atividade na região, suas articulações e repercussão. Assim, objetivou-se analisar como o planejamento e a gestão do turismo acontece na região turística do Vale do Rio Pardo e como esse processo repercute no desenvolvimento da mesma. A partir das entrevistas realizadas, foi possível verificar que o planejamento do turismo ainda não é realizado na região, que a atividade não contribui expressivamente para o seu desenvolvimento e, ao contrário, se configura como uma atividade tímida e quase irrelevante.

Palavras-chave: Turismo; Planejamento; Gestão; Desenvolvimento regional; Território.

Abstract: Tourism is an activity that appropriates the territory where it is developed, so it is important that it is planned and managed properly. Promoting regional development based on tourism implies understanding the various manifestations of activity in the region, its articulations and repercussions. Thus, the objective was to analyze how tourism planning and management takes place in the tourist region of the Rio Pardo Valley and how this process has repercussions on its development. From the interviews carried out, it was possible to verify that tourism planning is not yet carried out in the region, that the activity does not contribute significantly to its development and, on the contrary, it is a timid and almost irrelevant activity.

Key-words: Tourism; Planning; Management; Regional development; Territory.

INTRODUÇÃO

Na segunda metade do século XX o mundo foi marcado por importantes mudanças econômicas, sociais e geopolíticas. Assistiu-se a uma gigantesca reestruturação produtiva que resultou na substituição do modelo de produção fordista pelo modelo de produção flexível. Dentre as diversas alterações que este modelo tem provocado, especialmente nas formas de produzir e nas relações de trabalho, destaca-se a expansão do setor terciário, sobretudo das atividades de serviço (ASSIS, 2002/2003).

Houve, no mundo todo, uma expansão acelerada do consumo dos serviços, e o turismo recebeu maior destaque e se caracterizando como uma forma de lazer das sociedades pós-industriais. Entre os diversos fatores que acarretaram o *boom* do turismo, é possível destacar a evolução dos transportes aéreos, o aumento do poder aquisitivo da população e o direito às férias remuneradas (ASSIS, 2002/2003).

A partir daí, a atividade turística veio ganhando cada vez mais força, com maior número de pessoas se deslocando para outros países e regiões, fazendo surgir novos destinos turísticos de acordo com as preferências da demanda.

Em estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2012), é possível observar que em 2008, a renda gerada pelas atividades do setor no Brasil foi de R\$ 90,5 bilhões e em 2009, houve um crescimento de 4,6%, maior que a média da economia brasileira. Além disso, entre 2003 e 2009, o número de ocupações nas atividades características do turismo passou de 5,4 milhões para 5,9 milhões, um crescimento de 10,5%, evidenciando que, de fato, o turismo vem se tornando uma fonte geradora de emprego e renda no país.

A atividade turística no Brasil conta com um leque grande de potencialidades que poderão alavancar o desenvolvimento do setor ao longo dos próximos anos. Muitas são as vantagens que o turismo pode trazer, dentre as quais pode-se destacar a geração de emprego e renda, melhora das condições de vida das comunidades receptoras, a preservação de costumes e tradições, a valorização de aspectos históricos e culturais, entre outras. No entanto, pouco se fala nos impactos negativos que a atividade pode acarretar se não for bem estruturada e planejada.

Pensando a atividade turística no âmbito do desenvolvimento regional é perceptível a necessidade de que a mesma seja adequadamente planejada e gerida, uma vez que é imprescindível conhecer os potenciais dos núcleos receptores e as demandas de visitantes para ordenar ações de gestão pública e direcionar a gestão privada para que ela estruture empreendimentos lucrativos (BRAGA, 2007). Para que a atividade se converta em um elemento propulsor do desenvolvimento regional, é essencial que exista uma integração horizontal forte entre os empreendedores, e destes com a comunidade envolvida, a partir de articulações em forma de associações e/ou de cooperativas, que possibilitem o acesso a financiamentos e a capacitações, visando a qualificação da atividade, fazendo com que a comunidade se torne ativa e participante no processo de desenvolvimento (MIELKE, 2009).

Tomando por base a concepção de que o turismo se apropria do território onde se desenvolve, é necessário entender que o mesmo é um espaço de articulações de estratégias de desenvolvimento e objeto de ações (FLORES, 2006). Então, pensar o desenvolvimento regional a partir da atividade turística implica em compreender as variadas manifestações do turismo na região, suas articulações e a repercussão que a atividade poderá gerar no âmbito regional.

De acordo com o Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo (2013), a dimensão e a diversidade do território brasileiro são tão grandes que a organização da oferta turística no País se constitui como um dos maiores desafios para a gestão e o

desenvolvimento da atividade. Assim, a estruturação da oferta turística pode ser potencializada se for pensada em uma dimensão regional, em que vários municípios se integram e se complementam na prestação de serviços aos turistas, agregando valor aos territórios. No Programa, os municípios são incentivados a fazer um trabalho conjunto de estruturação e promoção da atividade turística, dando visibilidade a peculiaridades locais, viabilizando sua integração e valorização num mercado mais abrangente.

Portanto, pensar o desenvolvimento do turismo no âmbito regional, valorizando o território, assim como as peculiaridades de cada local, parece ser promissor não apenas para os municípios, como também para a região como um todo, que além de crescer economicamente pode se desenvolver também no âmbito social e cultural.

Neste artigo objetivou-se analisar como o planejamento e a gestão do turismo acontecem na região turística do Vale do Rio Prado e como esse processo repercute no desenvolvimento da mesma.

Para alcançar este objetivo, foram realizadas entrevistas com gestores municipais da área do turismo e com um representante da Instância de Governança Regional da área, a fim de elucidar como se dão as atividades e ações relacionadas ao planejamento do turismo na região em análise e observar sua compreensão a respeito da repercussão do turismo no desenvolvimento da região.

Esta investigação se justifica pelo fato de a atividade turística ainda se constituir como um segmento pouco debatido e estudado na região estudada, principalmente por ela ter como principal atividade econômica a produção de tabaco, realizada em pequenas propriedades rurais em regime de trabalho familiar, e cujo beneficiamento, é realizado pelas empresas transnacionais do segmento, instaladas nas cidades de Santa Cruz do Sul, Venâncio Aires e Vera Cruz. A hegemonia deste segmento na região estende-se para além de aspectos econômicos, influenciando fortemente na capacidade de diversificação de atividades, tanto no meio rural quanto no urbano, o que pode interferir no desenvolvimento de atividades como o caso do turismo.

1 TURISMO E TERRITÓRIO

O turismo se consolida como um dos setores econômicos mais dinâmicos e complexos do mundo contemporâneo. Desde a década de 1950, houve um crescimento no volume de viagens motivadas pelo turismo, levando muitos países, estados e municípios a estabelecerem

políticas públicas para ordenar e potencializar os benefícios advindos do crescimento de tal atividade em seu território (FRATUCCI, 2014).

Conforme Teles (2006), a ascensão econômica e social de alguns grupos da sociedade, aliada ao desenvolvimento do setor de transportes, à consolidação e à formação de uma classe consumidora de produtos turísticos, deu origem a vários fluxos, orientando uma nova ordem no processo de uso turístico do espaço em todo o mundo, fazendo diminuir cada vez mais o número de territórios sem turistas.

A disponibilidade de tempo como também de renda, o avanço da tecnologia e a necessidade de se deslocar para atender a atividades comerciais, cresce no período pós Segunda Guerra Mundial propiciando, conseqüentemente, o crescimento de viagens internacionais. Assim, o turismo, diferente da agricultura e da indústria, configura seu território a partir do movimento que promove o deslocamento do turista (TELES, 2006).

As mudanças tecnológicas, científicas, econômicas e sociais que aconteceram após a Segunda Guerra, forneceram condições adequadas para o desenvolvimento do turismo como atividade econômica. Trigo (2001), explica que foi nesse período que houve a instituição geral de férias pagas aos trabalhadores, elevação do seu nível de renda, valorização e direito ao lazer e a mudança de hábitos de consumo nas sociedades que vão, gradualmente, se transformando em pós-industriais, em decorrência do crescimento do setor terciário ou de serviços. Assim, as pessoas conquistam o direito ao tempo livre e o turismo torna-se objeto de consumo.

Além disso, ao prazer do turista¹ deve ser somado a compreensão da importância da prática do turismo no processo de ocupação do espaço, já que as atividades relacionadas ao mesmo “envolvem relações que se multiplicam por meio de diferentes canais, implantando novas formas de relações e de construção das localidades em que se inserem” (TELES, 2006, p.46).

O turismo, assim como outras atividades, se apropria do território para se desenvolver. Etges (2001), explica que à medida que a sociedade vai se apropriando de determinado território ela imprime suas marcas tornando-o um campo de forças, unindo o passado e o futuro, em constante processo de contradições entre as verticalidades e horizontalidades, entre o uso econômico e o uso social dos recursos.

¹ Turista é o viajante temporário que permanece pelo menos 24 horas no país visitado e que tem por finalidade o lazer, negócios, missões, entre outros (BENI, 2002).

Para Abramovay (2000), a ideia central de território vai além de uma base física para as relações entre indivíduos e empresas. O território possui um tecido social, uma organização complexa dada por meio de laços que vão muito além de seus atributos naturais e dos custos de transportes e de comunicações. De acordo com o autor, o território representa uma trama de relações com raízes históricas, configurações políticas e identidades.

Além disso, é no território que se desenvolvem relações de poder entre os agentes sociais que se apropriam de um dado espaço geográfico. Raffestein (1993), explica que quando se trata de relações existenciais e/ou produtivas, todas as relações são de poder, já que existe interação entre os atores que procuram modificar suas relações com a natureza e também as relações sociais, e salienta que é impossível manter uma relação sem que ela seja marcada pelo poder.

Essas relações de poder no território também se manifestam quando a atividade turística é desenvolvida, e por isso é importante que ela seja bem planejada e gerida, evitando conflitos decorrentes dos usos variados do território.

2 PLANEJAMENTO E GESTÃO DO TURISMO

O turismo se transformou num fenômeno de grande importância nas sociedades modernas. Mesmo em épocas de crise, o turismo se mantém dinâmico em comparação com outros setores da economia (MOLINA; RODRIGUEZ, 2001).

O planejamento na atividade turística, segundo Teles (2006, p.47-48), é vital, pois não se pode deixar de considerar que existe “uma fragmentação causada pela ordem global que também se faz presente no que se relaciona ao turismo, assim como se faz com relação a qualquer outra atividade econômica”.

Abreu e Costa (2014) entendem o planejamento como uma função administrativa. É a definição de estratégias para conseguir resultados no futuro, um método de sobrevivência no mercado dinâmico e é um processo contínuo e permanente.

Todavia, cabe lembrar que o planejamento não apresenta apenas uma função administrativa, mas também uma função política, já que, por meio de políticas é que se delimita a forma de atuação, como se darão as atividades previstas no planejamento, para quem serão direcionadas, quem poderá participar, entre outros.

Hall (200, p.24), explica que o planejamento é um tipo de tomada de decisões e elaboração de políticas. Então, planejar é uma parte do processo de “planejamento-decisão-ação”.

O planejamento é uma atividade, não é algo estático e normalmente faz parte de alguma ação anterior. É um acontecer, onde muitos fatores precisam ser coordenados para alcançar um objetivo. É um processo dinâmico que deve estar em permanente revisão e que sofrerá correções de rumo. Exige repensar constante, mesmo depois da concretização dos objetivos (BARRETO, 2005).

Bissoli (1999) compreende o planejamento turístico como um processo que analisa a atividade turística de um determinado espaço geográfico, diagnosticando seu desenvolvimento e fixando uma forma de atuação, estabelecendo metas, objetivos, estratégias e diretrizes com as quais pretende impulsionar e coordenar o turismo no conjunto macroeconômico em que está inserido.

Braga (2007), explica que o planejamento do turismo é um processo contínuo, pois ele ocorre no período presente, resultante de um aprofundado estudo da realidade, com o intuito de ordenar ações que acontecerão em um momento futuro.

Assim, a partir destas definições, é possível perceber que o planejamento é uma ferramenta fundamental para a realização, com êxito, da atividade turística, ainda mais se ela for pensada, gerida e trabalhada de forma integrada e regional.

2.1 Planejamento e gestão regional do turismo

Pensar o turismo de forma regionalizada, e não apenas na dimensão local, é um aspecto muito importante dentro do planejamento. Nem sempre um atrativo isolado é capaz de, por si só, atrair um contingente significativo de visitantes. Então trabalhar em conjunto, em âmbito regional, muitas vezes é mais promissor.

Conforme Mielke (2009), o turismo, se bem organizado, pode trazer muitos benefícios, tanto para os municípios receptores, como para as regiões. Porém, pensando no contexto regional, é necessário que exista uma interação e cooperação entre os atores locais e regionais como também uma visão de longo prazo, já que o retorno não é imediato.

Com relação ao planejamento do turismo em âmbito regional, Beni (1999, p. 10) explica que o mesmo se compõe de um “conjunto de polos de desenvolvimento turístico hierarquizados, unidos por uma infraestrutura comum, que, em sua totalidade, contribui para dinamizar o desenvolvimento econômico e social de extensas partes do território nacional”.

Além disso, pensar o turismo de forma regional permite um fortalecimento das relações entre os municípios e seus habitantes e possibilita, além da geração de renda, a preservação dos costumes, valores e da história da região (MIELKE, 2009).

Teles (2006) salienta que quando se parte da região para viabilizar uma atividade, criam-se opções diferentes para demandas diferentes, o que também é fundamental frente ao processo de globalização, que propicia a rápida disseminação da informação satisfazendo a demanda que procura por atividades novas e diferenciadas.

No que diz respeito ao turismo, a globalização pode interferir de forma positiva na medida em que aumenta a interação entre lugares, com a facilitação do acesso, como também na descoberta de novos destinos.

Além disso, o turismo tem sido visto como uma atividade que possui todos os requisitos, para estar a frente da economia deste novo milênio, pois o processo de globalização, com sua rapidez, exige cada vez mais do ser humano, despertando a vontade e a necessidade de vivenciar novos espaços, visto que o fluxo de informações lhe oferece conhecimento sobre as mais variadas partes do planeta. (TELES, 2006).

A globalização, no que diz respeito às redes de comunicação, é um ponto muito favorável ao desenvolvimento da atividade turística, pois proporciona o conhecimento e divulgação de destinos turísticos de forma muito prática e rápida. No entanto, se faz necessário pensar a atividade e principalmente seu planejamento e gestão em escala regional, onde a mesma ganha maior poder de ação e tem mais força para enfrentar o lado negativo da globalização, onde as desigualdades sociais são grandes e principalmente onde as grandes companhias e/ou corporações, movidas por um sistema capitalista perverso, impõem padrões de desenvolvimento que apenas as beneficiam.

Mielke (2009), explica que o desenvolvimento das comunidades permite que peculiaridades locais e/ou regionais se tornem objetos de consumo e posteriormente produtos. Isso abre um grande leque de possibilidades à estruturação de novos roteiros e destinos turísticos de pequeno porte como alternativa de geração de renda. Isso porque reunindo as pequenas experiências de cada localidade e/ou município, discutindo e fazendo um planejamento conjunto e de forma integrada, é possível firmar parcerias, construir roteiros e criar novos produtos turísticos e novos destinos de visitação.

Cruz (2006), explica que o planejamento do turismo em âmbito regional, pode significar para alguns municípios a única possibilidade de se inserir no mercado como destino turístico e fazer do mesmo um instrumento de desenvolvimento econômico e social, já que a presença de um só atrativo nem sempre é capaz de mobilizar fluxos de turistas. Os municípios, a partir da reunião de forças e recursos para o planejamento do turismo de forma coletiva, têm muito mais chances de alcançar seus objetivos.

Para Cruz (2006) é fundamental e de grande importância um olhar atento sobre o território, sua história, sua gente, suas demandas e buscar um equilíbrio entre os diferentes interesses envolvidos no desenvolvimento do turismo em âmbito regional, já que “o espaço não é um palco para a ação deliberada dos atores hegemônicos de uma economia globalizada” (CRUZ, 2006, p. 343).

Assim, o turismo pode ser uma excelente atividade no desenvolvimento das regiões, já que pode promover o deslocamento de turistas para a região, movimentando o comércio, gerando empregos, promovendo maior visibilidade da região frente ao estado e ao país, gerando diversificação de renda, melhoria da qualidade de vida da população, conservação do patrimônio histórico-cultural, entre outros.

Conforme Etges (2001), na atualidade os aspectos que definem uma região são o uso do território por interesses econômicos, sociais, políticos e culturais; na medida em que a sociedade vai se apropriando de algum território, vai deixando suas marcas, para, a partir disso, atender as suas necessidades e interesses.

Por isso é preciso estar atento à dimensão horizontal do processo de desenvolvimento, conhecer a região, identificar suas potencialidades e construir instrumentos de coesão social em torno de propósitos comuns à população envolvida (ETGES, 2001).

A atenção à dimensão horizontal do processo é relevante, porque proporciona um olhar de dentro para fora, onde o território é visto por quem vive nele. Além disso, trabalhar de forma conjunta possibilita a identificação de potencialidades e particularidades que podem interferir no processo de desenvolvimento da região. É preciso considerar também que os interesses setoriais e políticos existentes na região, bem como a inexistência de uma instância administrativa regional, podem trazer limitações e dificuldades ao processo de planejamento e gestão regional do turismo e ao seu desenvolvimento em âmbito regional.

No entanto, apesar dos aspectos positivos, o turismo não é um setor fácil de ser promovido. Conforme Blos (2005), sua implantação e promoção requerem planejamento, análise de mercado, aceitação, envolvimento e participação da população. Então, de acordo com o autor, o turismo requer um planejamento cuidadoso, já que a sua falta pode ocasionar muitos danos como despesas inúteis, desequilíbrios locais e regionais bem como consequências em nível sócio cultural e ambiental. Abreu e Costa (2014) acrescentam ainda que a falta de planejamento pode ocasionar uma baixa produtividade e comprometer a qualidade de vida dos moradores, visto que o turismo pode causar aumento da circulação,

danos em estradas, muito barulho, excesso de lixo e poluição, degradação de ambientes públicos, entre outros.

Araújo (2006), discutindo o planejamento do turismo realizado de forma coletiva, explica que o mesmo pode gerar dificuldades, já que o envolvimento de muitos atores no processo de planejamento pode causar atrasos na implementação, diminuir a eficiência do planejamento e pode ser tornar tendencioso, quando favorece apenas os que detém mais capacidade de articulação.

No âmbito regional, de certo modo, o envolvimento não é algo simples e fácil de promover, seja porque, muitas vezes, os municípios estão acostumados a planejarem suas atividades de forma isolada, seja porque não conseguem ou não pretendem se relacionar com municípios que são administrados por partidos políticos diferentes, seja pela falta de interesse em trabalhar em conjunto, ou por quererem estar sempre à frente dos outros, pensando apenas no desenvolvimento do município e não da região.

Porém, mesmo que muitos fatores interfiram quando se fala em planejamento e gestão regional do turismo e mesmo que o planejamento não seja a solução para todos os problemas, ele pode minimizar impactos negativos e maximizar retornos (HALL, 2001).

Por isso a importância da articulação na dimensão regional como fator de promoção do desenvolvimento da atividade turística, já que pode auxiliar não apenas um município, mas potencializar os atrativos de forma a construir juntos atrativos turísticos mais concretos

2.2 Regionalização turística

Lencione (1999), salienta que a escala regional permite revelar particularidades dos processos sociais e se configura como instância particular da análise que se situa entre o local e o global, por isso deve ser compreendida como de grande importância.

Oliveira (2014), ainda explica que os habitantes de uma região são os que possuem maior conhecimento das necessidades, dificuldades e potenciais que o turismo pode proporcionar e que a atividade turística encontra na regionalização uma forma de dividir a responsabilidade entre os vários setores, fortalecendo ainda mais o papel dos governos e das sociedades nas tomadas de decisão.

Ainda conforme Oliveira (2014), a regionalização possibilita o aparecimento de destinos locais em pequenos municípios que talvez não fossem considerados em políticas centralizadas de turismo, já que na maioria das vezes, estas privilegiam ações em destinos já estabelecidos com fluxo maior de visitantes.

A regionalização do turismo busca um olhar além do município para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização. Busca olhar a região, e não mais o município isoladamente, pois o foco na região prioriza o crescimento dos municípios de forma integrada, onde um auxilia o outro na implantação das políticas públicas e dos produtos turísticos (SANTOS; BATTISTUZ; GÂNDARA; ALVES, 2014).

Assim, dar prioridade a região não significa diminuir a importância do município, bem ao contrário. Focar na região permite promover desenvolvimento de vários municípios e essa visão está de acordo com as tendências internacionais que buscam otimizar os recursos financeiros, técnicos e humanos, a fim de criar condições e oportunidades para revelar e estruturar novos destinos turísticos, qualificados e competitivos (SANTOS; BATTISTUZ; GÂNDARA; ALVES, 2014), principalmente quando a demanda por novos e diferenciados destinos cresce em detrimento da massificação da atividade em destinos já consagrados.

No que diz respeito à composição de experiências turísticas diferenciadas, a regionalização turística trata do espaço turístico de maneira dinâmica e flexível, e propicia que um mesmo espaço ofereça uma série de produtos ou destinações que atendam às diferentes demandas (BENI, 2006).

Percebe-se, assim, que o turismo quando planejado e gerido de forma regionalizada, pode ser muito mais vantajoso aos municípios, uma vez que juntos conseguem trabalhar de forma mais concreta, otimizar recursos técnicos, ampliar a oferta de produtos turísticos e alcançar com mais facilidade as políticas públicas voltas à atividade, bem como resistir ao lado perverso da globalização, sem sofrer tantas influências e danos como acontece no âmbito local, que é atingido mais fortemente por ser mais frágil e menos estruturado que o âmbito regional.

Etges (2005), explica que a escala local é restrita e frágil demais quando se trata de enfrentar desafios ou as forças globais e salienta, mais uma vez, a importância da união de lugares de forma horizontal, que permita encontrar um novo caminho que se anteponha à globalização perversa com o intuito de construir uma outra globalização, diferente da imposta pela união vertical, que muitas vezes traz desordem às regiões em que se instala, já que atua em seu próprio benefício.

Uma das iniciativas que visa o desenvolvimento do turismo de forma regionalizada é o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Este Programa remete a uma trajetória de enfoque territorial da Política Nacional de Turismo, que teve início com a institucionalização do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), criada

para dinamizar o desenvolvimento da atividade turística em âmbito municipal, mas que foi transposta pelo Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, lançado em abril de 2004, que permitiu superar os impasses advindos da ação local.

O Programa de Regionalização se constitui em uma política pública, em âmbito territorial, e a partir do Plano Nacional do Turismo 2003 - 2007, tido como macroprograma estruturante, tem como premissa a execução do turismo de forma descentralizada e regionalizada, com foco no planejamento coordenado e participativo visando resultados socioeconômicos (PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO, 2013).

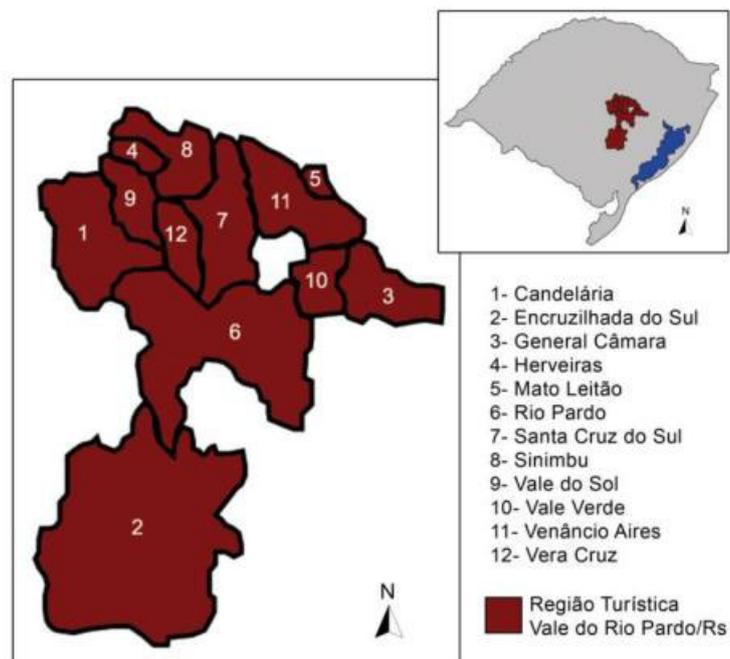
O Programa conta com a participação de representantes dos órgãos e colegiados de turismo municipais e estaduais, representantes da iniciativa privada, de instituições de ensino e do terceiro setor (PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO, 2013), e atualmente, após a sua revisão, foram estabelecidos eixos de atuação, que orientam as ações de apoio à gestão, estruturação e promoção do turismo nas regiões e municípios (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2016).

Assim, é possível perceber que a atividade turística planejada em âmbito regional é muito importante e mais promissora para as regiões, já que juntas conseguem unir forças em busca de objetivos comuns. No próximo item deste artigo apresentar-se-á a análise do planejamento e da gestão do turismo na região turística do Vale do Rio Pardo e a repercussão desse processo no desenvolvimento da região, observando se há algum tipo de planejamento em âmbito regional ou se o mesmo se concentra apenas nos municípios.

3 ANÁLISE DO PLANEJAMENTO E GESTÃO DO TURISMO NA REGIÃO TURÍSTICA DO VALE DO RIO PARDO

A região turística do Vale do Rio Pardo é composta por 12 municípios. São eles: Candelária, Encruzilhada do Sul, General Câmara, Herveiras, Mato Leitão, Rio Pardo, Santa Cruz do Sul, Sinimbu, Vale do Sol, Vale Verde, Venâncio Aires e Vera Cruz, conforme figura abaixo.

Localização da Região Turística do Vale do Rio Pardo/RS



Fonte: Setel, 2016. Elaboração: GOERCK, 2017.

Quando se observa a região turística do Vale do Rio Pardo, é possível perceber que a mesma é muito rica em termos culturais, históricos, sociais e também econômicos. Entretanto, a atividade turística ainda é muito incipiente, principalmente pelo fato dos municípios serem grandes produtores de tabaco e sua economia estar, em grande parte, ligada à produção do mesmo.

Para alcançar o objetivo desta pesquisa, foram entrevistados gestores municipais da área do turismo da região e um representante da Instância de Governança Regional de Turismo, a fim de elucidar qual a sua percepção sobre o turismo e de que forma ocorre o planejamento da atividade turística e a gestão da mesma.

Entre os 12 municípios, que formam a região turística do Vale do Rio Pardo, dois municípios não possuem secretaria ou departamento de turismo. São eles Vale do Sol e Mato Leitão. Não tendo nenhum responsável pelo setor, eles optaram em não fazer parte da pesquisa.

A partir das entrevistas pode-se perceber que a grande maioria dos entrevistados considera a atividade turística como um possível fator de desenvolvimento, já que a mesma seria capaz de atrair visitantes que movimentariam o comércio e os serviços e promoveriam um aumento na circulação de capital econômico da região, o que ainda não vem acontecendo em larga escala.

Além disso, percebem que em seus municípios há uma gama consideravelmente grande de potencialidades que poderiam ser trabalhadas e transformadas em produtos e atrativos turísticos. Cada município percebe potencialidades peculiares e diferentes um do outros.

Santa Cruz do Sul percebe como principais potencialidades as atividades voltadas ao turismo de negócios, já que anualmente, um número considerável de pessoas se desloca até o município para fazer negócios, principalmente relacionados à compra e venda do tabaco, carro chefe da economia do município. Além disso, os eventos também são vistos como outra potencialidade a ser explorada, já que o município tem estrutura para receber eventos de grande porte e já vem realizando e recebendo um número considerável de visitantes durante os eventos que já ocorrem no município.

Venâncio Aires, ainda que seja também um município com grande parte da economia girando em torno das multinacionais do tabaco, vê como potencialidades para o desenvolvimento do turismo o meio rural, principalmente a parte serrana do município, que apresenta paisagens naturais muito atraentes. Além disso, os eventos também são vistos como um possível fator de atração de turistas, já que o município, assim como Santa Cruz do Sul, também recebe e realiza alguns eventos mas que poderiam ser em maior número.

Em Vera Cruz, as potencialidades turísticas estão ligadas principalmente aos balneários que existem em toda a circunscrição do município. Ao todo são nove balneários que, em sua maioria, estão localizados na área rural e proporcionam lazer à população local e também regional. Assim, as potencialidades são vistas principalmente a partir do turismo rural. Porém, o município percebe na gincana, realizada anualmente, uma possibilidade de atrair visitantes, já que a mesma ganhou bastante notoriedade nos últimos anos. No entanto, ainda é questionável, até que ponto ela possa ser um potencial atraente, visto que muitas pessoas vêm de outros municípios para ajudar na realização e cumprimento das tarefas, mas não são consumidores de nenhum tipo de serviço oferecido no município, já que vêm somente para essa finalidade e não visitam ou prestigiam o evento como espectadores.

Rio Pardo vê na história e na cultura as principais potencialidades para desenvolver o turismo, isso porque foi um dos primeiros municípios criados no estado, possui toda uma história como polo regional de desenvolvimento na época da colonização devido a rio que corta o município e que foi um dos grandes facilitadores deste desenvolvimento. Além disso, o município possui um número elevado de ruas e prédios antigos com arquitetura típica portuguesa, bem como museus que conta esta rica história. No entanto, além da história, o

carnaval de Rio Pardo vem sendo outra potencialidade. Como ganhou muita notoriedade nos últimos anos, vem atraindo visitantes de toda a região e na última edição recebeu cerca de 110 mil pessoas nos três dias de festa.

No mesmo sentido de Rio Pardo, General Câmara também percebe na história uma forma de desenvolver o turismo. Sediando um dos três arsenais de fabricação de armas do Brasil, o município vê na história do mesmo um dos potenciais para o desenvolvimento do turismo. Além disso, na localidade de Santo Amaro, as margens do rio Jacuí, também é compreendida como potencial atrativo visto que é um povoado que surgiu em meados do século XVIII, quando os portugueses promoveram o povoamento da região com vistas a garantir a posse da terra frente aos indígenas que resistiam nas Missões Jesuíticas. Como principal atrativo Santo Amaro conta com uma igreja matriz construída em 1787 conservado na sua arquitetura a influência açoriana.

Candelária, ainda no mesmo sentido, percebe na história algumas potencialidades. A Ponte do Império que foi construída entre os anos de 1879 e 1880 onde passavam tropas de muares, com seus cargueiros repletos de mercadorias para promover o comércio entre as regiões dos pampas e de cima da serra é um dos atrativos. Além disso, o Aqueduto construído em meados de 1862 onde fluía a água captada de um arroio para acionar rodas d'água, gerando força motriz para engenhos e moinhos também é considerado um dos potenciais pontos de atração de visitantes, visto que, assim como a Ponte do Império, já levam a população local e até regional a conhecer. As belas paisagens do município são igualmente vistas como potencialidades para promover a atividade turística. Como principal possibilidade de atração está o Morro do Botucaraí, símbolo ecológico e cultural da região.

Os municípios de Vale Verde, Herveiras, Sinimbu e Encruzilhada do Sul tem dificuldade em perceber quais os potenciais turísticos da região, principalmente por os gestores não terem muito conhecimento a respeito, no entanto observam que a natureza, a partir das belas paisagens e o meio rural poderiam ser capazes de atrair turistas. No município de Sinimbu uma pedreira abandona com uma vista privilegiada do município e com uma natureza exuberante e quase intacta gera um certo fluxo de visitas principalmente pela população regional. Já no município de Vale Verde, o que tem motivado certo deslocamento de visitantes é uma pousada criada pela iniciativa privada em uma propriedade do meio rural que traz no bucólico e no contato com o dia a dia do produtor rural o seu maior foco. A partir da culinária típica, das acomodações simples, do contato com a família proprietária e com a

tranquilidade e a natureza a pousada vem cada vez chamando mais atenção, não só de visitantes da região, mas também de fora dela.

Mesmo percebendo estas potencialidades, os municípios ainda não têm um planejamento consolidado para que estas atividades possam ser organizadas, colocadas em prática e transformadas em fontes geradoras de emprego e renda.

É importante salientar que a pesquisa foi realizada nestes municípios logo após as eleições municipais e devido às trocas de governo, as secretarias de turismo ainda não se organizaram integralmente e não tiveram a possibilidade de criar seus planos de ação, porém é perceptível que a maior parte delas considera importante planejar e gerir a atividade turística no município. Entretanto, um dos entrevistados entendeu não ser necessário planejar, explicando o que falta são pessoas para colocar ações em prática e que ideias, projetos, boas intenções e planejamento não são o suficiente se ninguém as coloca em prática.

Durante a pesquisa, percebeu-se também que o turismo ainda não se configura como uma atividade economicamente relevante em nenhum dos municípios e os maiores empecilhos vistos pelos entrevistados dizem respeito à falta de recursos para investimento no setor, bem como à falta de interesse da iniciativa privada. Além disso, muitos municípios não possuem profissionais capacitados na área e gestores municipais com pouca familiaridade com o setor, o que também acaba dificultado no planejamento da atividade.

A falta de recursos vista como problema pelos entrevistados, muitas vezes é decorrente da falta de profissionais capacitados para construir e concretizar projetos, bem como da falta de um Conselho Municipal de Turismo atuante e da não participação do município em uma Instância de Governança Regional. Esses três fatores são importantíssimos, visto que sem eles não é possível captar recursos em nível estadual e nacional, já que os mesmos são tidos como pré-requisitos para qualquer projeto que venha a ser encaminhado à Secretaria Estadual de Turismo, Esporte e Lazer ou ao Ministério do Turismo.

A falta de interesse da iniciativa privada em investir no setor de turismo é decorrente principalmente da forte presença da cultura do tabaco, que congrega os interesses econômicos na micro-região em análise. Como o tabaco é o principal produto gerador de emprego e renda, iniciativas voltadas a outros setores nem sempre são vistas com bons olhos, já que não têm “garantia de sucesso”, ao contrário do que acontece com o tabaco, que tem compra garantida, mesmo que os valores pagos nem sempre atendam às expectativas mínimas dos produtores. Além disso, este setor movimenta uma cadeia produtiva muito grande, que não envolve só os

produtores de tabaco, mas as empresas responsáveis pelo seu beneficiamento e os empregos que geram, o transporte destas cargas e mercadorias que também envolvem um número considerável de trabalhadores, entre outros.

A partir da análise, percebeu-se que os entrevistados consideram importante trabalhar a atividade turística, assim como outros setores, de forma regional, ou seja, os municípios interagindo e trabalhando juntos. No entanto, esta interação ainda não acontece, visto que os municípios não têm o hábito de se reunir para tratar assuntos como o turismo e nem todos dão importância a ATURVARP- Associação de Turismo do Vale do Rio Pardo, única Instância de Governança Regional no âmbito do turismo que deveria ser responsável por envolver os municípios na busca de ideais comuns ligadas à atividade turística.

Com relação à associação, é perceptível que a mesma não tem grande poder de atuação já que conta com pouquíssimos associados pagantes e pelo fato de não possuir recursos, já que o repasse de verbas advindo das secretarias de turismo dos municípios da região é baixa, servindo apenas para pagar os funcionários da mesma. Além disso, algumas falhas foram percebidas na estruturação da associação, visto que os cargos de presidência, secretaria, entre outros são ocupados há muitos anos pelas mesmas pessoas, o que impossibilita uma oxigenação e mudanças tanto de postura como de ação, de posicionamento perante os governos municipais.

Em suma, o planejamento e gestão do turismo na região analisada é praticamente inexistente. Mesmo que potencialidades sejam percebidas, ainda não existe, constituído, um planejamento do turismo em cada município analisado, principalmente nos menores. Existe, em alguns municípios, a vontade de construí-lo, mas para concretizá-lo, muito ainda há para ser feito.

Não tendo planejamento em nível municipal, conseqüentemente não há em nível regional. Entre as hipóteses levantadas para a falta deste planejamento em nível regional, está a falta de interesse por parte dos municípios, a falta de uma associação – Instância de Governança Regional mais atuante e sólida, com propostas claras, mas principalmente a dificuldade que se tem em compreender o que é de fato o desenvolvimento regional, e a falta de capacidade para discernir desenvolvimento de crescimento econômico, bem como a dificuldade de compreender o que é a atividade turística e a sua relação com o desenvolvimento das regiões.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da pesquisa pode-se concluir que o turismo é uma atividade intimamente relacionada ao território, já que se apropria do mesmo e de suas particularidades para promover atrativos e formatar produtos e destinos de visitação.

Pelo fato de se apropriar do território, é muito importante que a atividade turística seja bem planejada e gerida, a fim de evitar os impactos negativos e otimizar os positivos.

Planejar esta atividade de forma regional parece ser a forma ideal, visto que, juntos, os municípios podem explorar de forma mais ampla seus potenciais e complementarem uns aos outros para que a atividade possa se concretizar.

Nesse sentido é importante compreender a região, identificar as suas particularidades, uma vez que são elas que fazem a diferença na escala regional. São as particularidades da região que se contrapõem à singularidade do local e à universalidade do global, e são estas particularidades que devem ser observadas no desenvolvimento da atividade turística e também das mais variadas atividades que devem valorizar o território enquanto espaço que constitui um traço entre presente, passado e futuro (ETGES; DEGRANDI, 2013).

Além disso, com a proliferação do número de municípios, a associação intermunicipal se apresenta como alternativa para a superação de dificuldades de várias naturezas relacionadas à oferta de bens e serviços coletivos, auxiliando também os municípios na solução de problemas comuns que transcendem os limites de uma única localidade (BRANDÃO, 2008).

Mesmo a região sendo fator importante para o desenvolvimento dos municípios, tanto no turismo como em outros setores, percebeu-se a partir das entrevistas que não há nenhum planejamento regional do turismo e sequer um planejamento em nível municipal, o que faz com que as potencialidades não sejam exploradas fazendo do turismo uma atividade tímida e quase irrelevante.

No entanto, mesmo não havendo planejamento formalizado nos municípios analisados, alguns entrevistados acenaram com a intenção de concretizá-lo no decorrer do ano, como o caso de Venâncio Aires, que está reativando seu Conselho Municipal de Turismo, a fim de captar recursos para a promoção da atividade, e Vera Cruz, que contratou um profissional da área para diagnosticar a situação atual do município em termos de turismo e traçar metas e ações com vistas a transformar a atividade em mais uma opção de trabalho e renda ao município.

Assim, a pesquisa aponta que o planejamento do turismo não acontece de forma concreta na micro região em análise. O que acontece são ações pontuais, como as citadas anteriormente, que podem ter uma continuidade ou não. Nesse sentido, a atividade turística não tem ainda repercussão no que diz respeito ao desenvolvimento dos municípios e da micro região. Entretanto, uma nova coleta de dados dentro de um ou dois anos, poderá elucidar melhor se de fato há ou não um planejamento para as atividades turísticas, já que os entrevistados acabaram de assumir seus cargos e ainda não desenvolveram suas propostas neste setor.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural. In: *Economia Aplicada*. n°2, vol. IV: 379-397, abril/junho 2000.
- ABREU, Ildeneia Borges; COSTA, Sarany Rodrigues da. Planejamento participativo e sua contribuição para o desenvolvimento sustentável da atividade turística. In: XI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2014. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/43720503.pdf>> Acesso em: 01 out. 2016.
- ARAÚJO, Lindemberg Medeiros de. Participação sócio-política no planejamento turístico. In: Turismo – Visão e Ação. vol. 8. n° 1. p.153-164. Jan/abr 2006.
- ASSIS, Lenilton Francisco. *Turismo sustentável e globalização: impasses e perspectivas*. Revista da Casa da Geografia de Sobral, Sobral, v.4/5, p.131-142, 2002/2003
- BARRETO, Margarita. Planejamento responsável do turismo. Campinas: Papirus, 2005.
- BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. 7ª Ed. São Paulo: Editora SENAC, 2002.
- BENI, Mário Carlos. *Política e estratégia do desenvolvimento regional: planejamento integrado e sustentável do turismo*. Turismo em análise, São Paulo, 10(1):7-17, maio 1999.
- BENI, Mario Carlos. *Política e planejamento de turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph, 2006.
- BISSOLI, Maria Angela Marques Ambrizi. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 1999.
- BLOS, Wladimir. *Turismo rural e desenvolvimento local, Lages (SC)*. Santa Maria: Ed. Facos, 2005.
- BRAGA, Debora Cordeiro. *Planejamento turístico: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- BRANDÃO, Carlos. *Pactos em territórios: escalas de abordagem e ações pelo desenvolvimento*. O&S. v.15 n.45 – Abril/Junho, 2008.

CRUZ, Rita de Cássia Arizada. Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na promoção do espaço. In: LEMOS, Amalia Inés Geraiges de; ARROYO, Mónica; SILVEIRA, María Laura. *América Latina: cidade, campo e turismo*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLLACSO; São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

ETGES, Virginia Elisabeta. A região no contexto da globalização: o caso do Vale do Rio Pardo. In: VOGT, Olgário e Silveira, Rogério. *Vale do Rio Pardo: (re)conhecendo a região*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2001.

ETGES, Virginia Elisabeta. Desenvolvimento regional sustentável: o território como paradigma. In: *Redes*, Santa Cruz do Sul, v.10, n.3, p.47-55, set/dez. 2005.

ETGES, Virginia Elisabeta; DEGRANDI, José Odim. *Desenvolvimento regional: a diversidade regional como potencialidade*. RBDR, Blumenau, v.1, n.1, p. 85-94, abril, 2013

FLORES, Murilo. *A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento: uma visão do estado de arte*, 2006. Disponível em: <http://indica.dores.fecam.org.br/uploads/28/arquivos/4069_FLORES_M_Identidade_Territorial_como_Ba se_as_Estrategias_Developmento.pdf> Acesso em: 10 maio 2016

FRATUCCI, Aguinaldo Cesar. A dimensão espacial das políticas públicas de turismo no Brasil. In: PIMENTEL, Thiago Duarte; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; TOMAZZONI, Edgar Luis. *Gestão pública do turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações*. Caxias do Sul: Edusc, 2014.

HALL, Colin Michael. *Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos*. São Paulo: Contexto, 2001.p.17-36.

IBGE, 2012. Disponível em <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv61658.pdf>> Acesso em: 10 out. 2016

LENCIONE, Sandra. *Região e geografia*. São Paulo: Edusp, 1999.

MIELKE, Eduardo Jorge Costa. *Desenvolvimento turístico de base comunitária*. Campinas, SP: Editora Alínea, 2009.p.17-27.

MINISTÉRIO DO TURISMO, 2016. Disponível em <<http://www.turismo.gov.br/2015-04-06-13-25-43.html>> Acesso em: 19 set. 2016.

MOLINA, Sergio; RODRÍGUEZ, Sergio. Planejamento integral do turismo: um enfoque para a América Latina. Bauru: EDUSC, 2001.

OLIVEIRA, Rafael Almeida de. Descentralização: um paralelo entre os circuitos turísticos de Minas Gerais e o modelo francês de regionalização do turismo. In: PIMENTEL, Thiago Duarte; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; TOMAZZONI, Edegar Luis.(org.) *Gestão pública do turismo no Brasil: teorias e aplicações*. Caxias do Sul: Edusc, 2014.

PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO, Brasília, 2013. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/images/programas_acoes_home/PROGRAMA_DE_REGIONALIZACAO_DO_TURISMO - DIRETRIZES.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/programas_acoes_home/PROGRAMA_DE_REGIONALIZACAO_DO_TURISMO_-_DIRETRIZES.pdf)> Acesso em: 11 maio 2016

RAFFESTEIN, Claude. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Editora Ática S. A., 1993.

SANTOS, Caren Nanci dos; BATTISTUZ, GilceZellinda; GÂNDARA, José Manuel Gonçalves; ALVES, Thais Andressa Alberti. Hierarquização das regiões turísticas do Paraná, como instrumento para melhorar a gestão pública do turismo no estado. In: PIMENTEL, Thiago Duarte; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; TOMAZZONI, EdegarLuis.(org.) *Gestão pública do turismo no Brasil: teorias e aplicações*. Caxias do Sul: Edusc, 2014.

TELES, Reinaldo Miranda de Sá. A importância do território na prática do planejamento turístico: reflexões acerca do Brasil. In: RUSCHMANN, Doris van de Meene; SOLHA, Karina Toledo (org). *Planejamento turístico*. Barueri: Manole, 2006.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Turismo Básico*.5ª Ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.