

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO
REGIONAL – MESTRADO/ DOUTORADO**

Jucélia de Fátima Pires

ROTA DOS TRIGAIS:

**Análise das práticas turísticas integradas em cinco municípios do
planalto médio do Rio Grande do Sul**

Santa Cruz do Sul, maio de 2008.

Jucélia de Fátima Pires

ROTA DOS TRIGAIS:

**Análise das práticas turísticas integradas em cinco municípios do
planalto médio do Rio Grande do Sul**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado da Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Prof. Orientadora: Dra. Heleniza Ávila Campos

Prof. Co-orientador: Dr. Milton Luiz Wittmann

Santa Cruz do Sul, maio de 2008.

Jucélia de Fátima Pires

ROTA DOS TRIGAIS:

Análise das práticas turísticas integradas em cinco municípios do planalto médio do Rio Grande do Sul

Esta Dissertação foi submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado, Área de Concentração em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Dra . Heleniza Ávila Campos

Professora Orientadora

Dr. Milton Luiz Wittmann

Professor Co-orientador

Dra. Virgínia Etges

Dra. Eliane Filippin

Para

Constantino Pires

Sirlei T. dos Santos e

Sérgio Carlos Müller.

AGRADECIMENTO

Em primeiro lugar a Jesus, meu fiel amigo, realizador de meus sonhos, aquele que tem a minha vida em suas mãos.

A minha família, sem a qual não seria possível trilhar este percurso. Meu pai, pelo apoio, pela força e incentivo incomparáveis. Minha mãe, pelo amor, carinho e dedicação desde minha concepção. Ao meu esposo, um anjo enviado por Deus, pela vida maravilhosa compartilhada e pela graça de estar comigo em mais esta etapa de muitas que passaremos juntos.

Ao meu querido amigo e colega de Mestrado Lucir pelo auxílio e prontidão quanto às inquietudes e dificuldades deste estudo.

Ao Prof. Dr. Milton L. Wittmann, pelo apoio e companheirismo no início deste estudo.

À Prof. Dra. Heleniza Campos Ávila pela presteza em enfrentar este desafio no meio da caminhada e pela sabedoria em auxiliar-me na finalização deste estudo.

Aos gestores municipais de turismo, pelo apoio dispensado nas informações necessárias para a pesquisa, em especial a coordenadora de turismo de Passo Fundo, Gilda Galeazzi e a diretora de turismo de Vila Maria, Maria Teresa, pelas significativas contribuições em relação a Rota dos Trigais.

Enfim, a todos aqueles que direta ou indiretamente participaram de mais esta etapa importante.

RESUMO

A presente dissertação, tendo como objeto de estudo a Rota dos Trigais, estuda a importância do desenvolvimento turístico integrado como fator de desenvolvimento regional, para isto partiu em identificar e analisar as ações de integração entre os gestores dos Municípios no que se refere ao desenvolvimento do turismo regional. Traz uma revisão bibliográfica que aborda desde a conceitualização do turismo e seus elementos até a gestão pública do espaço turístico. Realiza um mapeamento dos roteiros praticados pela Rota dos Trigais, seguindo a metodologia de Lynch (1997) e Boullón (2002). Apresenta, ainda, uma caracterização da região de estudo, bem como dos municípios que a compõem e seus atrativos turísticos. Como parte da coleta de dados, a principal técnica utilizada foi o questionário, que buscou questionar quanto à estrutura organizacional dos municípios em relação ao setor do turismo, a participação e a periodicidade de reuniões referente a Rota dos Trigais, os planejamentos e ações desenvolvidas de forma conjunta pelos gestores municipais de turismo e as condições gerais dos atrativos turísticos. Somando-se, acrescenta-se uma entrevista em profundidade com os empreendedores ligados diretamente ao turismo, surgidos nos últimos 3 anos, período de estudo e estruturação da Rota dos Trigais. Com isso, tornou-se possível, apresentar algumas análises sobre as ações já desenvolvidas, pontos positivos e em deficiência, realizados pelos gestores e vistos, também, pelo âmbito dos empreendedores. Observou-se que a Rota dos Trigais vem trabalhando, principalmente, o Turismo Religioso, o Turismo de Aventura e o Turismo Rural, percebeu-se também que os Municípios de Vila Maria e Passo Fundo são destaques na Rota dos Trigais e ambos encontram-se estruturados para receber os turistas, constituindo-se os municípios de Santo Antonio do Palma e Casca como complementares. Quanto às ações de turismo integradas, observou-se que estas vêm sendo desenvolvidas com elevado comprometimento por parte dos gestores de turismo municipais, partindo desde as linhas mais gerais de planejamento, estratégias até as suas respectivas aplicações, levando os resultados de melhorias na infra-estrutura, no que se refere à sinalização e vias de acesso, incentivo aos artesãos e pequenos empreendedores, a serem percebidos e refletidos nas comunidades. Por fim, notou-se que os municípios ao integrarem a Rota não deixaram suas características próprias, buscando através deste projeto valorizar a identidade, o território e a cultura que constitui cada um.

Palavras-chave: Turismo. Desenvolvimento regional. Gestores municipais. Ações integradas.

ABSTRACT

This dissertation, with the Trigais Route as the object of study, studies the importance of integrated tourism development as a factor for regional development, for this it was necessary to identify and analyze the actions of integration among the managers of Municipalities regarding the development of Regional tourism. It brings a bibliographic review that addresses since the tourism way of conception and its elements to the public management of tourism space. In addition to make a mapping of the routes offered by the Trigais Route, following the methodology of Lynch (1997) and Boullón (2002). It, furthermore, presents a characterization of the study area, as well as the municipalities that take part in the region and its tourist attractions. As part of data collection, the main used technique was the questionnaire, which sought to question about organizational structure of the municipalities in relation to the tourism sector, participation and frequency of meetings concerning the Trigais Route, plans and actions developed in jointly by managers of municipal tourism and the general conditions of tourist attractions. Added up, we included an interview in depth with the entrepreneurs directly linked to tourism, arisen in the last 3 years, a period of study and structuring of the Trigais Route. Thus, it became possible, to present some analyses on the projects already developed, positive points and lacking points, made by managers and considered, too, by the scope of entrepreneurs. It has been observed that the Trigais Route has been dedicated, mainly, to the Religious Tourism, Adventure Tourism and Countryside Tourism. It has been found as well that the cities of Vila Maria and Passo Fundo are highlighted in the Trigais Route and both are structured to receive tourists. The cities of Santo Antonio de Palma and Casca are prepared too. Regarding the integrated tourism actions, it has been observed that they are developed with high compromise of the managers of the local tourism, considering since the most common issues of the planning and strategies until the applications. The results are the increment of the infra structure, regarding the signals and access roads, incentive to the craftsmen and small businesses. Finally, it has been noted that the cities which make part of the Trigais Route didn't left their own characteristics aside, trying to value the identity, territory and the culture of their own through the project.

Keywords: Tourism. Regional Development. Municipal managers. Integrated Actions.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Sistema Turístico	35
Figura 2 - Mapa das rotas turísticas no Rio Grande do Sul.....	49
Figura 3 - Municípios que compõem a Rota dos Trigais	64
Figura 4 - Municípios integrantes da Rota dos Trigais	71
Figura 5 - Cascata Garganta dos Polacos	75
Figura 6 - Museu da Família Besson	76
Figura 7 - Igreja Matriz de Casca.....	76
Figura 8 - Ecoparque Taquari	80
Figura 9 - Igreja Matriz Cristo Rei	80
Figura 10 - Praça Central Elpídio Fialho	81
Figura 11 - Parque municipal de Marau	82
Figura 12 - Complexo turístico da Roselândia	87
Figura 13 - Catedral Nossa Senhora Aparecida.....	88
Figura 14 - Praça Marechal Floriano (Praça da cuia).....	89
Figura 15 - Minizoológico – UPF.....	89
Figura 16 - Praça do Teixeira.....	90
Figura 17 - Casa típica polonesa	94
Figura 18 - Igreja Nossa Senhora do Rosário	94
Figura 19 - Centro ecológico municipal.....	95
Figura 20 - Cascata das Bruxas.....	99
Figura 21 - Cascata do porongo	99
Figura 22 - Cascata do Maringá.....	100
Figura 23 - Morro do urubu	100
Figura 24 - Refúgio ecológico	101
Figura 25 - Capela Santo Antônio	102
Figura 26 - Santuário Nossa Senhora da Salete.....	102
Figura 27 - Mapa geral da Rota dos Trigais	107
Figura 28 - Rota dos Trigais - roteiro de aventura.....	108
Figura 29 - Rota dos Trigais - roteiro religioso	109
Figura 30 - Secretaria ou departamento responsável pelo turismo	111
Figura 31 - Número de pessoas que atuam na secretaria/ departamento de turismo	112
Figura 32 - Formação do responsável de turismo no órgão municipal	113
Figura 33 - Setores de maior investimento financeiro	119
Figura 34 - Atividades de artesanato e eventos locais	126

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Elementos integrantes do espaço urbano (Lynch, 1997) e turístico (Boullón, 2002) num comparativo	46
Tabela 2 - Áreas de ação dos organismos oficiais de turismo.....	58
Tabela 3 - População Total da Rota dos Trigais (por município – classificação rural e urbana)	65
Tabela 4 - Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH – M) dos municípios que compõe a Rota dos Trigais	67
Tabela 5 – Setores e produtos de maior especialização relativa de Casca.....	74
Tabela 6 - Setores e produtos de maior especialização relativa de Marau.....	78
Tabela 7 - Setores e produtos de maior especialização relativa de Passo Fundo.....	85
Tabela 8 - Setores e produtos de maior especialização relativa de Santo Antônio do Palma	93
Tabela 9 - Setores e produtos de maior especialização relativa de Vila Maria.....	97
Tabela 10 - Dados sociais referentes a educação, saúde e oferta turística dos Municípios que compõem a Rota dos Trigais	104
Tabela 11 - Condições dos atrativos turísticos dos municípios	124

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Parcerias público-privadas.....	121
Quadro 2 - Atrativos turísticos dos municípios em estudo.....	123
Quadro 3 - Identificação dos empreendedores vinculados ao Turismo	127
Quadro 4 - Caracterização dos empreendedores vinculados ao Turismo.....	128
Quadro 5 - Empresas que passaram a investir no Turismo	131

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1 CONCEITOS E REFLEXÕES DO TURISMO.....	16
1.1 Antecedentes, origem e evolução do turismo.....	16
1.2 Turismo e desenvolvimento regional.....	23
1.3 O espaço turístico e as paisagens	40
1.4 Gestão do espaço turístico na realidade da América Latina: alguns dados quantitativos	47
1.5 A ação pública e a política na gestão do espaço turístico	49
1.5.1 A gestão do espaço turístico a partir do Município.....	58
2 A REGIÃO DE ESTUDO - ROTA DOS TRIGAIS.....	63
2.1 Caracterização da região	63
2.2 A Rota dos Trigais	68
2.3 Rota dos Trigais: caracterização dos municípios integrantes.....	72
2.3.1 Município de Casca	73
2.3.2 Município de Marau	77
2.3.3 Município de Passo Fundo	83
2.3.4 Santo Antônio do Palma	92
2.3.5 Vila Maria	96
2.4 Paisagens.....	104
2.5 Mapeamento ilustrativo dos roteiros praticados na Rota dos Trigais.....	106
3 GESTÃO DO TURISMO NA ROTA DOS TRIGAIS.....	110
3.1 Percepção dos gestores municipais com relação às práticas turísticas integradas ...	110
3.1.1 Estrutura Organizacional do órgão municipal responsável pela atividade turística... 111	
3.1.2 Análise das ações conjuntas realizadas pelos gestores municipais na Rota dos Trigais	114
3.1.3 Caracterização das condições gerais dos atrativos turísticos dos municípios.....	122
3.2 Ponto de vista dos empreendedores regionais vinculados ao turismo à cerca das práticas turísticas integradas	126
CONCLUSÃO	136
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	141
ANEXO A - Questionário referente à coleta de dados para dissertação de mestrado	146

INTRODUÇÃO

Diante da grande complexidade na qual se encontram as regiões para disseminar o seu desenvolvimento, torna-se cada vez mais freqüente a busca por alternativas e caminhos que venham a contribuir para o desenvolvimento de uma dada região que não somente se detenha aos setores primário e secundário.

Neste sentido, pode-se citar o turismo, uma atividade, que apresenta crescimento significativo no Brasil desde 1950 e vem assumindo espaço e interesse quando se trata do desenvolvimento regional. Até pouco tempo, a participação no turismo estava restrita a uma elite que dispunha de tempo e dinheiro para realizar suas viagens. Atualmente, a maioria das pessoas dos países desenvolvidos e em desenvolvimento tem realizado suas viagens turísticas uma ou várias vezes por ano. O estudo do turismo, assim, também ganhou importância, pois é através dele que se procura visualizar a melhor forma de preparar e “vender” a visitação do patrimônio natural e cultural das localidades sem degradá-la.

Segundo Boullón (2005) para alguns municípios, potencialmente viáveis, o turismo se torna a fonte de renda principal, para outros que não contam com grande potencial para o turismo, torna-se um somatório aos demais processos de desenvolvimento. Deste modo, necessário e, ao mesmo tempo hoje, desafiante se torna para o desenrolar da atividade turística a união de agentes e ações integradas de turismo que vislumbrem resultados regionais. Para que uma determinada região presencie os benefícios econômicos e sociais advindos do turismo é mister, além do reconhecimento do seu sistema turístico, a correta e eficiente administração e aplicação dos recursos turísticos associados à união de agentes e ações público - administrativas integradas com vista ao desenvolvimento regional. É neste sentido que esta pesquisa se propõe a analisar a Rota dos Trigais.

Desde os anos de 1990 (FLOSS, 1995), quando iniciou o processo de municipalização do turismo através da iniciativa do governo federal, Passo Fundo vem se preocupando e tentando agregar a atividade turística aos seus processos de desenvolvimento e crescimento econômico e social. Sabe-se do potencial que conta para esta tentativa e das iniciativas que foram sendo desenvolvidas abrangendo também os municípios que a circundam na busca de fomentar o turismo religioso, cultural e histórico na cidade de Passo Fundo, o turismo ecológico e de aventura em Marau e Vila Maria. Contudo, diante da

universalização de hábitos e culturas, no que tange às identidades regionais, torna-se cada vez mais difícil promover os atrativos de uma dada localidade e formar a identidade turística regional. Porém, as dificuldades se proliferam devido ao fato de municípios, regiões, poderes público e privado, muitas vezes, trabalharem sozinhos, competindo entre si, visando a objetivos de âmbito regional através de ações individualizadas. A “Rota dos Trigais”, surge como uma possível alternativa contrária a essa afirmativa. O projeto consiste em uma iniciativa da Atuaserra (Associação de Turismo da Serra Gaúcha) unindo a Microrregião Uva e Vinho (que abrange dentre outros Municípios Caxias do Sul e Bento Gonçalves) numa parceria com os Municípios de Casca, Santo Antônio do Palma, Vila Maria, Marau e Passo Fundo, situados no planalto gaúcho.

O presente estudo, portanto, se propõe a responder a seguinte questão: Como se realiza o processo de integração entre os gestores dos Municípios que compõem a “Rota dos Trigais” relativo ao desenvolvimento turístico regional?

Na busca de respostas para este questionamento, o presente estudo tem como principal objetivo identificar e analisar as ações de integração entre os gestores dos Municípios no que se refere ao desenvolvimento do turismo regional. Para isso, procurou-se, inicialmente, a identificação dos potenciais turísticos dos municípios que compõem a Rota dos Trigais, em seguida, a verificação dos fatores que proporcionaram a parceria dos Municípios para fomentar o turismo como alternativa de desenvolvimento regional, num terceiro momento, a identificação da situação administrativa dos órgãos públicos municipais no que tange à aplicação e administração dos recursos turísticos e por fim a análise dos resultados obtidos do projeto “Rota dos Trigais” para os Municípios participantes.

Sabe-se, que o desenvolvimento regional tem ocupado espaço significativo como tema de pesquisa tanto no âmbito acadêmico como nos meios governamentais responsáveis pela busca de alternativas viáveis à melhoria das condições de vida da sociedade (THEIS; FEGGER, 2006).

Nesse sentido, o fenômeno do turismo apresenta-se como alternativa de desenvolvimento contribuindo não só para o crescimento da economia local, mas promovendo também melhores condições sociais e aproveitamento dos recursos existentes na localidade.

Para que a atividade turística possa ser desenvolvida ocorre uma trama de relações que a caracterizam, quando a iniciativa privada e poder público desenvolvem ações para a oferta do turismo e essas relações formam o sistema. Portanto, para que um sistema turístico possa desenvolver-se, torna-se imprescindível o engajamento dos poderes públicos municipais e agentes de desenvolvimento, além da participação da comunidade detentora dos recursos turísticos. Ruschmann (1997, p. 90) descreve que “deve-se estimular a criação

de mecanismos de solidariedade entre localidades com recursos naturais próximos entre si e que se beneficiam, direta ou indiretamente, da atratividade desses recursos”.

Este estudo justifica-se por contribuir com a opção turística dos Municípios que participam da “Rota dos Trigais”, efetuando o reconhecimento de alguns elementos do sistema turístico ofertado, visto que o mesmo detém certas particularidades para o seu funcionamento e deve manter relações de inter-relacionamento para que a oferta turística seja efetuada de modo a satisfazer a demanda esperada.

Foi desenvolvida, portanto, uma análise da ação do poder público no que concerne à gestão dos recursos turísticos, fator fundamental para o desenvolvimento da atividade turística, pois como destaca Castelli (1996, p. 48) “o poder público constitui uma das bases indispensáveis do processo e do desenvolvimento turístico”. Detectar como este vem se organizando no que se refere à administração e utilização racional dos recursos turísticos se faz importante e necessário.

Por fim, buscou-se contemplar o âmbito regional no qual se insere a área de estudo, através da análise das ações públicas, no que se refere à integração e reciprocidade com vistas ao desenvolvimento do turismo de forma integrada. Assim, é mister que a comunidade detentora dos recursos turísticos possa auxiliar nesse processo, principalmente quando se trata da representatividade do poder público e iniciativa privada, que em conjunto sejam capazes de organizar-se respeitando as particularidades da região, bem como dos Municípios e assim busquem administrar este processo de desenvolvimento do turismo de forma harmônica e próspera em nome da comunidade.

Para atender aos objetivos propostos, adotou-se como procedimento metodológico, o método fenomenológico, a abordagem qualitativa embasada em alguns dados quantitativos, para o desenvolvimento e fundamentação da pesquisa. Percorrendo, portanto, a seguinte estrutura:

A primeira parte contempla a pesquisa de fontes secundárias – bibliográficas e documentais apresentando as reflexões teóricas necessárias para a análise em questão. Aparece aqui, uma evolução do conceito, bem como da atividade - turismo, o entendimento sobre espaço turístico, sistema turístico e seus componentes, a gestão do turismo, constituindo-se na base para a fundamentação teórica deste estudo.

Para a apresentação do objeto de estudo “Rota dos Trigais”, realizou-se pesquisa bibliográfica e documental, além de contemplar algumas questões abordadas no questionário de coleta de dados. Ainda, procurou-se descrever a situação da oferta turística dos Municípios, incluindo seus principais atrativos turísticos numa classificação entre atrativos culturais e naturais, desenvolvida com base nos autores Lynch (1997) e Boullón (2002).

A terceira parte deste estudo, trata sobre a coleta de informações pertinentes ao objetivo proposto, esta dividiu-se em duas etapas: na primeira, efetuou-se a aplicação de um questionário junto aos gestores de turismo nos Municípios, ocorrida entre os meses de Agosto e Setembro de 2007. Os resultados aparecem de maneira individualizada por questão, seguindo a seqüência da formatação do questionário; num segundo momento foram realizadas entrevistas com os empreendedores ligados diretamente ao turismo que abriram seus negócios nos últimos três anos ou que passaram a optar pela atividade turística neste mesmo tempo.

Por fim, a quarta parte, apresenta a reflexão de alguns aspectos conclusivos, tendo como referência a problematização, os objetivos propostos junto aos resultados obtidos na referida pesquisa. Foi na proposta de enfrentar este desafio, desenvolvendo um estudo em um projeto recente, que esta pesquisa buscou percorrer, no sentido de contribuir através de um estudo extremamente exploratório dos Municípios que formam a Rota dos Trigais enfatizando a importância da articulação dos agentes de desenvolvimento como fator condicionante para o progresso no desenvolvimento turístico regional.

1 CONCEITOS E REFLEXÕES DO TURISMO

Há muito que se sabe sobre o deslocamento de pessoas de seu lugar de origem ou habitação, por alguns períodos de tempo, para outros lugares seja para atividades comerciais, de lazer, familiares ou estudos. Neste capítulo, buscar-se-á contemplar a origem do turismo, evolução, seus componentes, condicionantes e sua complexidade no âmbito regional.

1.1 Antecedentes, origem e evolução do turismo

Na história da humanidade é possível encontrar uma amostra contínua de viagens, viajantes e organizações de viagens, porém, segundo Montejano (2001) o conceito de “viagem” tinha matizes diferentes em outras épocas. Na viagem, inicialmente, não se desfrutava e sim se sofria, já que as condições de realizá-las eram incômodas, difíceis e inseguras. Na seqüência, a viagem não era um fim em si mesma, mas simplesmente um meio para chegar ao destino. Os deslocamentos, no entanto, estavam restritos a uma minoria, vivendo e morrendo maior parte da população sem haver abandonado seu entorno mais imediato. Oliveira (2001) traz a contribuição do pesquisador suíço Arthur Haulot que na busca das origens do turismo apresenta a possibilidade da origem hebréia, da palavra *tur*, quando na própria Bíblia – Êxodo, Capítulo XII, versículo 17 – cita que “Moisés enviou um grupo de representantes ao país de Canaã para visitá-los e informar-se a respeito de suas condições topográficas, demográficas e agrícolas”. Sendo assim, segundo Arthur, *tur* vem do hebreu antigo e corresponde ao conceito de “viagem de descoberta, de exploração, de reconhecimento”.

Durante o final do século XVIII e todo o século XIX, as viagens estiveram caracterizadas por uma nova motivação, o prazer de descanso e da contemplação das paisagens e montanhas. Esta nova motivação teve cada vez mais adeptos conseqüência da diminuição da qualidade de vida nos grandes centros urbanos industrializados. (ACERENZA, 1984, p. 47)

A palavra “turismo” surgiu no século XIX, estendendo suas raízes pela história da humanidade. Certas formas de turismo existem desde as mais antigas civilizações, mas foi a partir do século XX que a atividade turística evoluiu, como consequência dos aspectos relacionados à produtividade empresarial, ao poder de compra das pessoas e ao bem-estar resultante da restauração da paz no mundo (FOURASTIÉ, 1979 apud RUSCHMANN, 2001, p. 13).

O turismo não nasceu, pode-se assim dizer, de uma teoria, mas de uma realidade que surgiu espontaneamente, e foi-se configurando sob o impacto de descobertas em outros campos, como entre outras coisas o progresso da navegação e a invenção da ferrovia, do automóvel e do avião.

Corroborando Montejano (2001) que o fenômeno do “boom” do turismo ocorre no século XX, depois da Segunda Guerra Mundial, momento em que surgem as principais condições para o desenvolvimento do turismo de massas.

Desta forma, o turismo não mais se apresenta como privilégio de um grupo social mais abastado, a sua existência veio com o passar dos anos sendo aceita pela sociedade e constituindo-se como parte integrante do estilo de vida para um número cada vez mais crescente de pessoas em todo o mundo.

Nas últimas duas décadas o turismo tem se apresentado sob as mais variadas formas. Uma viagem pode estender-se de alguns quilômetros até milhares deles, incluindo um ou vários tipos de transporte e estadas de alguns dias, semanas ou meses nos mais diversos tipos de alojamento, em uma ou mais localidades. A experiência da viagem envolve a recreação ativa ou passiva, conferências e reuniões, passeios ou negócios, nos quais o turista utiliza uma variedade de equipamentos e serviços criados para seu uso e para a satisfação de suas necessidades.

Evoluindo com o decorrer dos anos através das viagens, meios de locomoção, estradas, na atividade denominada turismo passaram a se destacar espaços e comunidades que detinham atrativos naturais e culturais para visitação. O turismo passou a exigir ações públicas e privadas em conjunto visando ao desenvolvimento econômico da atividade, aliando atrativos e prestação de serviços em prol do êxito das atividades turísticas, visando sempre ao crescimento da sociedade envolvida.

Acerenza (1991, p. 29) afirma que poderia apresentar uma série de definições para o turismo; ainda assim, essas não conseguem determinar um significado do turismo à sociedade. Segundo o autor, estudos realizados na Alemanha, a partir dos anos 1960, revelam que para a sociedade o turismo é, essencialmente, uma atividade relacionada com o prazer, o descanso, o desenvolvimento cultural e a recreação, ou seja, para a sociedade alemã o turismo é uma forma particular de uso do tempo livre e recreação.

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, e um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade /subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico (MOESCH, 2000, p. 9).

Muitos são os estudiosos que buscam definições para o turismo. Teichmann (1998) reconhece o turismo como uma atividade humana intencional de comunicação e deslocamento temporário, fora do local de residência e do cotidiano, motivado pelas mais diversas intenções, mas associadas a busca de descoberta e do lazer que ao mesmo tempo, acrescenta uma nova experiência que contribua para o desenvolvimento do humano no homem.

Beni, por sua vez, identifica no campo acadêmico, nas empresas e nos órgãos governamentais três tendências para a definição do turismo: a econômica, a técnica, e a holística, que podem ser assim consideradas (2003, p. 34-37):

Definições econômicas: só reconhecem as implicações econômicas e empresariais do turismo. Existe uma grande controvérsia na definição econômica precisa do turismo. Alguns autores tratam-no como indústria e parece ser este qualificativo o de maior uso na literatura comum, não científica. Outros tratam-no como fenômeno econômico e social, setor econômico ou atividade social e econômica.

Definições técnicas: na década de 1930, as organizações governamentais e empresas de turismo vinham tentando controlar o tamanho e as características dos mercados turísticos. Para isso, precisavam de uma definição de turista, para distingui-lo de outros viajantes e ter uma base comum pela qual pudessem coligir estatísticas comparáveis. Assim, entende-se por turistas, viajantes temporários que permaneçam pelo menos vinte e quatro horas na localidade visitada, cuja finalidade de viagem pode ser classificada sob um dos seguintes tópicos: lazer (recreação, férias, saúde, estudo, religião e esporte), negócios, família, missões e conferências. Como excursionistas, são considerados aqueles visitantes temporários que permaneçam menos de vinte e quatro horas no país visitado. As várias definições técnicas de “turista” fornecem conceitos para uma definição geral de aplicação internacional; estas podem muito bem ser integradas na estrutura de definição geral do turismo.

Definições holísticas: estas procuram abranger a essência total do assunto. As mais diversas noções de turismo apresentam alguns elementos comuns ou relativamente diferentes entre elas:

- Viagem ou deslocamento – caracterizado pelo movimento, que está intimamente conectado ao próprio sentido etimológico do termo “tour”: viagem de circuito; deslocamento de ida e volta. Sem deslocamento não existe turismo.

- Permanência fora do domicílio – estritamente vinculado à viagem, o elemento de permanência fora da própria residência habitual é parte integrante do conceito de turismo. A duração desta permanência é uma das variáveis principais na caracterização e classificação do fluxo turístico.
- Temporalidade – a viagem e a permanência são os dois primeiros elementos característicos, mas resultam insuficientes para configurar o fenômeno. Viajantes podem ser também aqueles que se transferem para uma outra localidade de seu país ou de uma outra nação para fixar residência temporária ou definitiva. Neste caso, é certo que não se trata de turista, mas de emigrante.
- Objeto do turismo – o elemento concreto do fenômeno traduz no equipamento receptivo e no fornecimento dos serviços para a satisfação das necessidades do turista, que se denomina Empresa de Turismo. Ela é complexa e, em grande parte, responsável pela produção, preparação e distribuição dos bens e serviços turísticos.

Segundo Beni (2003, p. 38) os bens e serviços turísticos podem ser classificados da seguinte forma:

Bens turísticos:

1. materiais (monumentos, museus, galerias de arte, praias e outros) e imateriais (clima, paisagem e outros);
2. imóveis (terrenos, casas, hotéis, museus, galerias e outros) e móveis (produtos gastronômicos, artísticos e artesanais);
3. duráveis ou perecíveis (artesanais ou produtos gastronômicos);
4. de consumo (bens que satisfazem diretamente as necessidades dos turistas) e de capital (os que são utilizados para produção de outros bens);
5. básicos, complementares e interdependentes;
6. naturais ou artificiais.

Serviços turísticos:

1. receptivos (atividades hoteleiras e extra-hoteleiras);
2. de alimentação;
3. de transporte (da residência à destinação turística e no centro receptivos);
4. públicos (administração turística, postos de informações, etc.);
5. de recreação e entretenimento na área receptora

Ressalta-se, assim, que os benefícios econômicos do turismo para a sociedade são os bens e serviços por ele produzidos, e ao passo que a sociedade os consome elevam-se o poder de compra, o padrão econômico e o nível de vida da comunidade.

Beni define que o turismo consiste em:

um elaborado e complexo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios. (2003, p. 37)

O turismo envolve uma pluralidade de atividades e fatores para o seu desenvolvimento, assim entram em questão, também, os fatores psicológicos dos turistas em suas expectativas e desejos quanto aos bens e serviços oferecidos pelo destino turístico.

O setor de turismo, que precisa ser sempre expressado e representado em sua complexa totalidade, demanda um tipo de planejamento integrado. Isto indica que todos os seus componentes devem estar devidamente sincronizados e ajustados de forma seqüencial, a fim de produzir o atingimento de metas e diretrizes da área de atuação de cada um dos componentes a um só tempo, para que o sistema global possa ser implementado e ofertar oportunidades. Portanto, pode ser considerado como um sistema aberto, pois segundo Beni (2001) realiza trocas como o meio que o circunda e, por extensão, é interdependente, nunca auto-suficiente.

Além disso, é considerado hoje, conforme Oliveira (2001) como a principal atividade econômica, superando setores tradicionais da economia. Ainda citando Oliveira (2001) observa-se que o setor turístico tornou-se um grande gerador de postos de trabalho, chegando a produzir mundialmente milhões de empregos diretos e um número incalculável de atividades paralelas. Onde, atualmente, movimentam mais de cinquenta e dois segmentos da economia. Portanto, o turismo é um fenômeno universal, conectando todas as partes do sistema global, despertando a compreensão e a paz entre os diferentes povos e culturas do mundo.

O turismo consiste, ainda, numa atividade econômica pertencente ao setor terciário, formando um conjunto de serviços que são disponibilizados ao turista (DE ROSE, 2002). Os referidos serviços, estão necessariamente, inter-relacionados de tal forma que a ausência de um deles dificulta e até inviabiliza a venda ou a prestação de todos os outros, pois possuem peculiaridades rigidamente determinadas para as quais se translada o turista, ainda que a comercialização possa realizar-se no local de produção ou fora dele, no ponto de origem da demanda (público-alvo). A diferença marcante é que na atividade turística não se realiza uma distribuição física do produto, pois é o consumidor que se desloca até a fonte de produção.

No mundo são vários os tipos de turismo praticados, tornando assim esta atividade uma grande opção de desenvolvimento. Necessita-se, no entanto, que cada localidade defina em que tipo ou tipos de turismo suas características se enquadram, de acordo com o potencial da região. Sendo de primordial importância esta definição, no sentido em que os possíveis investidores do setor possam efetuar seus negócios de acordo com as peculiaridades da região.

Dentre os vários estudiosos do turismo, Dias (2003, p. 45) reconhece que há três tipos básicos de turismo, seguindo a área de abrangência da atividade:

Turismo interno (ou doméstico): é aquele realizado pelos visitantes residentes que viajam dentro do território econômico do país de referência, tem a capacidade de promover a distribuição da renda nacional, diminuindo as desigualdades regionais, ativando a economia através do movimento constante de pessoas entre as diversas regiões do país.

Turismo receptivo: é aquele realizado pelos visitantes não residentes no país de referência, é importante para o país à medida que entram divisas estrangeiras no país, aumentando a receita com essa exportação dos serviços, o que provoca equilíbrio favorável na balança de pagamentos.

Turismo emissor (ou emissivo): compreende as viagens realizadas pelos visitantes que residem no país de referência, provoca perda de divisas, pois os que viajam ao exterior gastarão no exterior a renda obtida no país de origem, gerando benefícios naquele destino.

Oliveira (2001), por sua vez, define que são vários os tipos de turismo praticados no mundo, para a adoção do tipo ideal de turismo é preciso que a região reconheça quais são suas potencialidades para então decidir qual definição mais se adapta às características do local. Pode-se salientar, no entanto, que além dos três tipos básicos de turismo destacados por Dias, pode-se caracterizar o turismo utilizando a classificação de Oliveira (2001, p. 74-86) segundo os tipos de atividades desenvolvidas:

- Turismo de lazer - é o turismo praticado por pessoas que viajam por prazer, sem muitas pretensões, desejam conhecer novos locais, mudar de ambiente, descansar, rever amigos, visitar parentes, curtir a paisagem, sair em férias com a família.

- Turismo de eventos - praticado por quem deseja participar de acontecimentos promovidos com o objetivo de discutir assuntos de interesses comuns (profissionais, entidades associativas, culturais, desportivas) ou para expor ou lançar novos artigos no mercado.

- Turismo de águas termais - geralmente praticado por pessoas que buscam as estâncias hidrominerais para tratamento de saúde ou simples recreação, está restrito aos locais onde existem águas termais.

- Turismo desportivo - pode-se exemplificar através das grandes competições regionais, nacionais e internacionais em que pessoas, esportistas e torcedores, vão participar ou assistir a eventos desportivos.

- Turismo religioso - praticado por pessoas interessadas em visitar locais sagrados, aqui se vislumbra o encontro com as devoções, manifestações religiosas, peregrinações, além dos lugares sagrados.

- Turismo de juventude - praticado por jovens e estudantes que viajam, em geral, para o término de cursos escolares.

- Turismo social - praticado por pessoas de baixa renda, normalmente operários que, não podendo arcar com as despesas de seu próprio bolso, contam com a ajuda das fábricas a que trabalham. Normalmente este tipo de turismo ocorre aos finais de semana, em locais que sofrem sazonalidade, baixa temporada.

- Turismo cultural e histórico - normalmente associado ao patrimônio histórico, pela necessidade de aprendizagem ou aperfeiçoamento de conhecimentos. Geralmente praticado por professores, técnicos, pesquisadores, arqueólogos, cientistas, estudantes em busca de novos conhecimentos.

- Turismo ecológico - praticado por pessoas que apreciam a natureza entre as quais destacam-se residentes em países desenvolvidos, industrializados, interessados em manter contato com os elementos da natureza que já desapareceram das grandes cidades. Este tipo de turismo busca incentivar o entendimento ecológico, utilizando o patrimônio natural e cultural para a conscientização da conservação da ecologia.

- Turismo de compras - praticado por empresários e amantes de compras, nos grandes centros onde o comércio é realizado no atacado e/ou varejo.

- Turismo de aventura - caracteriza-se pelo trabalho de equipe e companheirismo, praticados por pessoas que buscam emoções radicais, descer corredeiras de água, trilhar caminhos, escalar montanhas são algumas das atividades desenvolvidas que ajudam a fugir da rotina da vida urbana, das formalidades.

- Turismo gastronômico - cidades que se tornam conhecidas e atraentes pelos produtos que oferecem à mesa. Incluindo acontecimentos organizados para degustação de hábitos culinários regionais.

- Turismo da terceira idade - pessoas com idade avançada, porém com excelente vigor físico, estão viajando com mais frequência. Esses grupos em expansão dispõem de tempo e condições financeiras para realizar seus passeios especialmente em baixa estação.

- Turismo rural - a busca da recuperação de estilos de vida tradicionais, retomando a acolhida humana ambiental, é praticado em áreas rurais para proporcionar aos visitantes a oportunidade de participar das atividades próprias da zona rural.

• Turismo de negócios – é o turismo praticado por executivos que viajam para participar de reuniões, para visitar fornecedores dos produtos que comercializam e fechar negócios.

Dias (2003, p. 46), contempla os aspectos relacionados por Oliveira em tipos de turismo como os fatores que impulsionam a motivação da visita, ou seja, os fatores que levam um indivíduo a praticar turismo, que acabam por se tratar de atividades que devem ser fomentadas e trabalhadas pelos gestores de desenvolvimento turístico. A saber:

1. Lazer, recreação e férias;
2. Visitas a parentes e amigos;
3. Negócios e motivos profissionais;
4. Tratamento de saúde;
5. Religião/ peregrinações;
6. Outros motivos.

Notam-se, portanto, dois pilares para a existência da atividade turística, de um lado encontra-se o turista, que conta com tempo livre, sai de seu habitat para descobrir novos lugares, buscando novas experiências e lazer, em meio a sonhos e desejos e, de outro, encontra-se a localidade que detém o conjunto de atrativos, equipamentos, atividades, isto é, o empreendimento turístico para ofertar ao turista. Como será visto mais adiante, um terceiro pilar importante para o desenvolvimento do turismo é o investimento, tanto público como privado, bem como a definição de estratégias de gestão da atividade turística.

1.2 Turismo e desenvolvimento regional

A partir dos anos de 1980, a aceleração do processo de internacionalização e de abertura das economias nacionais, provocou verdadeira explosão na atividade do turismo, os avanços tecnológicos do sistema de transporte e de comunicações, com melhorias significativas da qualidade, redução de tempo e custos de viagens, o aumento do número de viagens de negócios, são variáveis que têm atuado como aceleradores do processo de crescimento e globalização do turismo. Devido a este potencial de crescimento e por ser produto que somente pode ser consumido *in loco*, a atividade turística possui um importante papel estratégico no que se refere ao desenvolvimento local e regional.

Existe atualmente certa complexidade para conceituar região, território e desenvolvimento, devido ao amplo debate ainda em andamento, portanto, a intenção é

destacar alguns conceitos que possam orientar este estudo. Pois, para que seja possível analisar o desenvolvimento da atividade turística num determinado espaço, antes, faz-se necessário reconhecer o conceito de região, pois é ali que estes elementos se desenvolvem, este conceito pode ser construído a partir de diferentes critérios. Milton Santos (2000) cita alguns critérios que no passado eram utilizados para a definição de regiões: os que se apoiavam nos dados da natureza através da combinação de elementos como clima, vegetação e relevo formando as denominadas regiões naturais; os que consideravam a região como resultado de um longo processo de transformação da paisagem cultural, evidenciando o arranjo dos campos, o sistema agrícola e o habitat rural incluindo o dialeto e os costumes constituindo um conjunto integrado de laços culturais, denominado regiões paisagem.

Alguns autores entendem a região como um produto social construído em determinados espaços, cujos condicionantes importantes são: a distância, a localização, transportes, força de trabalho (BENKO, 1999). Assim, pode-se compreender que:

A região corresponde a uma área geográfica que constitui uma entidade que permite, simultaneamente, a descrição de fenômenos naturais e humanos a análise de dados socioeconômicos e a aplicação de uma política. Funda-se em duas características principais: a homogeneidade e integração funcional, e resulta, ao mesmo tempo, num sentimento de solidariedade vivida e em relações de interdependência com os restantes conjuntos regionais e com o espaço nacional e internacional (LAJUGIE; LACOUR, 1979 apud BENKO, 1999).

Uma região, portanto, pode ser caracterizada a partir da concentração de determinados tipos de atividades produtivas (indústria, agricultura) como também de outros aspectos como índices sociais econômicos, que quando similares, conferem uma identidade à mesma.

Atualmente com as facilidades de comunicação e de transporte, através do processo denominado globalização, ocorre interferências constantes no seio das comunidades regionais (PIRES et. al., 2006). Nesse sentido, o espaço geográfico ganha novos contornos, novas características, novas definições. E, também, uma nova importância, pois a eficácia das ações está estreitamente relacionada a sua localização. Os atores mais poderosos se reservam os melhores pedaços do território e deixam o resto para os outros (SANTOS, 2000, p. 79).

Destarte, pode-se encontrar a regionalização a partir de critérios políticos, que se materializa na associação de municípios com interesse comum. Um terceiro critério de regionalização é o interesse de intervir num determinado espaço, por questões estratégicas, cujos limites são estabelecidos por decisões político-administrativas, as quais são denominadas regiões-plano ou regiões-programa. Essas qualidades válidas para a análise

econômica não podem ser transportadas para o espaço físico, porque vários elementos materiais de natureza diversa compartilham uma mesma unidade espacial. Assim, as regiões denominadas agrícolas são entrecortadas por espaços ocupados por indústrias, as regiões industriais apresentam áreas utilizadas para a agricultura, ou seja, dificilmente, se encontram regiões totalmente homogêneas.

Boullón (2002) traz um exemplo que elucida a questão, a exploração do petróleo. Ainda que as jazidas estendam-se por milhares de quilômetros quadrados sob a terra, sua exploração abrange as pequenas superfícies ocupadas pelas torres de extração. Com esse entendimento, o autor compara a exploração do turismo, pois da mesma forma, com a ressalva de que os atrativos turísticos não têm prolongamento debaixo da terra, sua expressão espacial é bastante comparável aos poços de petróleo, isto é, são pontuais, com a diferença, no caso do turismo, de que os atrativos, em alguns casos, podem abranger áreas extensas como parques nacionais, reservas naturais e bosques. Mesmo nesses casos, a atividade turística é desenvolvida em pequenas partes desse território.

Entre um atrativo e outro, existe um espaço que é ocupado por outras atividades não - turísticas como indústrias, agricultura, aglomerações urbanas ou exploração de minérios. Considerando a concentração de bens e serviços em determinados conglomerados urbanos, os quais têm capacidade de estender sua influência para além de seus limites, abrangendo uma área maior que a rodeia, surge a qualidade de polarização da região (BOULLÓN, 2002, p. 9-72).

Partindo destes princípios, pode-se definir região de diversas formas: pode-se considerá-la do ponto de vista das características naturais, histórica, da divisão social do trabalho, da ocupação do espaço por determinada etnia ou ainda levando-se em conta a divisão político administrativo, conforme supracitado neste capítulo, uma vez que se caracteriza pela delimitação de determinada área por órgãos governamentais. Região, deste modo, pode abranger uma área do país, uma parte de um estado ou município. Pode-se considerá-la como o espaço geográfico onde ocorrem relações socioeconômicas.

Os territórios, no entanto, diferem-se de acordo com as suas características materiais e imateriais, ou seja, pelos seus recursos biofísicos, humanos, relações sociais, modos de produção e pelas suas culturas, constituindo-se nas suas identidades territoriais revelando os espectros, as formas e as intensidades de integração econômica e cultural dos lugares e regiões no âmbito de redes e sistemas socioeconômicos e espaciais hierarquizados (ROCA; OLIVEIRA, 2004).

Segundo Harvey (1992) toda a configuração territorial existente, atualmente, é produto de movimentos sociais e políticos. Souza (1995), por sua vez, explica que território é um espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder. Caracteriza-se pela interação do homem com o solo, formando uma unidade demarcada (visto como território

nação), consistindo numa flexibilização, num campo de forças, numa teia ou rede de relações sociais que concomitantemente com sua complexidade interna define uma alteridade: a diferença entre os membros da comunidade (*insiders*) e os de fora, os estranhos (*outsiders*). Em suma, os territórios são relações sociais planejadas no espaço.

Seguindo esta mesma linha de raciocínio, Boullón (2002, p. 72) sublinha que o planejamento físico tem a finalidade de ordenar as ações do homem sobre território, ocupando-se em resolver harmonicamente a construção de todo tipo de coisas, bem como, antecipar a exploração dos recursos naturais. É uma tentativa de dar resposta aos problemas causados pelo uso anárquico do solo, a partir da expansão da população em termos quantitativos, que trouxe como conseqüência a disputa pelo espaço e o avanço de outros incultos. Para o turismo, além dos conceitos até então discutidos, interessa também reconhecer o planejamento do espaço terrestre, ou seja o espaço turístico.

O espaço, segundo Milton Santos (2002, p. 63) é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como um quadro único no qual a história se dá. Onde sistemas de objetos e sistemas de ações interagem. De um lado, os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações e, de outro lado, os sistemas de ações levam à criação de objetos novos ou se realiza sobre objetos preexistentes. É assim, que o espaço encontra sua dinâmica e se transforma.

Já no que se refere ao espaço turístico, para desenvolver o seu planejamento e reconhecimento, faz-se importante elucidar a linguagem dos sete tipos de espaço físico, que correspondem a diferentes expressões materiais. Boullón (2002, p. 75-79), classifica-os deste modo:

- Espaço real: refere-se a toda a superfície do planeta e a camada da biosfera que o envolve, que podem ser percebidas pelo homem por meio dos sentidos.

- Espaço potencial: não existe no presente, sua realidade pertence à imaginação dos planejadores, estudam-se, portanto, as possibilidades de uso do território.

- Espaço cultural: é conseqüência do trabalho do homem, também é chamado de espaço adaptado, pois conforme o tipo de tarefa que o homem realiza sobre o espaço cultural ou adaptado, originam-se o espaço natural adaptado ou espaço artificial.

- Espaço natural adaptado: são as partes da crosta terrestre em que predominam as espécies do reino vegetal, animal e mineral, sob as condições que o homem lhes estabeleceu. Também é chamado de espaço rural, para assinalar as tarefas produtivas que se realizam: arar e semear a terra fértil, construir canais de irrigação, cortar os bosques originais, plantar novas árvores, etc.

- Espaço artificial: inclui parte da crosta terrestre em que predomina todo tipo de artefatos construídos pelo homem, sendo sua expressão maior a cidade, que também leva o nome de espaço urbano, nele, tudo o que existe foi feito pelo homem.

- Espaço natural virgem: são aquelas áreas cada vez mais escassas, do espaço natural sem vestígios da ação do homem.

- Espaço vital: não se refere ao solo, mas ao homem ou a qualquer outra espécie do reino Monera, Protista, Vegetal e Animal, e a seu entorno ou meio favorável que requerem para poder existir.

O espaço turístico, portanto, é conseqüência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos, que constituem a matéria-prima do turismo. Os planejadores, quando trabalham na determinação do espaço turístico, delimitam num mapa uma superfície de dimensões planas que lhes interessa. Uma característica física dos atrativos é que, mesmo muito próximos, dificilmente se tocam e a outra é que, mesmo nos países com densidade de atrativos, existem grandes áreas que carecem deles, acentuando-se sua descontinuidade.

Visto que o espaço turístico é entrecortado, não se pode recorrer a técnicas de regionalização para proceder a sua delimitação porque, de acordo com elas, seria preciso abranger toda a superfície do país ou da região em estudo, e caso isso fosse feito, grandes superfícies que não são turísticas figurariam como turísticas, cometendo-se um erro. Isso significa que regiões turísticas não existem. É precisamente para substituir a idéia de região turística que desenvolvemos a idéia de espaço turístico. (BOULLÓN, 2002, p. 79)

Segundo o autor, a melhor forma de determinar um espaço turístico é recorrer ao método empírico, observando-se a distribuição territorial dos atrativos e dos empreendimentos, detectando-se os agrupamentos e as concentrações visíveis. Desta forma, torna-se possível através de procedimentos sistemáticos e de metodologias específicas, encontrar os componentes do espaço turístico, conforme descritos, de maneira descendente em relação ao tamanho da superfície deste espaço. A seguir será feita uma breve caracterização destes componentes.

a) Zona turística

Caracteriza-se como a maior unidade de análise e estruturação do universo espacial turístico de um país, possuindo superfície variável, pois depende da extensão territorial de cada nação e da forma de distribuição dos seus atrativos turísticos e a sua dimensão mínima é pouco superior à máxima alcançada por um complexo turístico. Para existir, a zona turística deve contar com um número mínimo de dez atrativos turísticos próximos, sem

importar a categoria a que pertencem. Alocando-se num mapa a localização exata de todos os atrativos, determina-se visualmente a proximidade dos atrativos, utilizando-se a lei da contigüidade. Além dos atrativos turísticos, para funcionar adequadamente, uma zona deve contar em seu território com equipamentos, serviços turísticos e dois ou mais centros turísticos, e estar provida de um sistema de transporte e comunicação que relacione entre si os dois elementos principais e integrem-na com outras zonas e elementos do espaço turístico. Caso careça parcial ou totalmente desses últimos requisitos, deve ser qualificada como zona potencial (BOULLÓN, 2002, P. 80-83)

b) Área turística

Corresponde à parcela de uma zona, com superfície menor, porque há possibilidade de uma zona ter tamanhos diferentes. A área turística deve estar dotada de atrativos turísticos contíguos, em um número também menor que a zona e necessita da mesma forma, de infra-estrutura de transporte e comunicação que relacionem entre si todos os elementos turísticos que a integram. Para funcionar como subsistema requer a presença mínima de um centro turístico. Se sua infra-estrutura, seus equipamentos e serviços forem insuficientes, deve ser classificada como potencial (BOULLÓN, 2002, p. 83-84)

c) Centro turístico

Refere-se a todo conglomerado urbano que em seu próprio território ou área de influência possui atrativo turístico, de tipo e hierarquia suficientes para motivar uma viagem. Para permitir viagens de ida e volta no mesmo dia, o raio de influência é calculado em duas horas de distância-tempo, o que corresponde ao caminho que pode ser percorrido por um ônibus de turismo. Portanto, esse raio é variável, depende das condições das estradas e da topografia do terreno, devendo ser utilizado como critério, não como medida exata. Dependendo das condições de deslocamento, a influência do centro turístico pode ser delimitada, por no mínimo um raio de sessenta e no máximo cento e vinte quilômetros (BOULLÓN, 2002, p. 84-85). Em condições excepcionais de tráfego e atratividade turística, considerando-se deslocamento por automóvel, pode chegar a duzentos quilômetros.

No que se refere à hierarquia dos centros turísticos, esta é definida a partir do poder de atratividade que um determinado elemento turístico possui sobre a demanda. Assim, pode-se dividir os centros turísticos em três tipos de hierarquias: hierarquia de três, os que possuem atração excepcional, significativa e capaz, por si só, de motivar uma importante corrente de turistas. Na hierarquia dois, classificam-se os elementos que exercem atração com aspectos excepcionais em um país capaz de motivar uma corrente de turistas nacionais ou estrangeiros, por si só ou em conjunto com outras atrações. Como hierarquia um, agrupam-se os atrativos com alguns aspectos chamativos, capazes de interessar aos

turistas que vieram de longe à região por outras motivações, ou de motivar correntes turísticas locais e, finalmente, como hierarquia zero, tratam-se as atrações sem méritos suficientes para serem incluídas nas hierarquias anteriores, porém fazem parte do patrimônio turístico, com capacidade para complementar outros atrativos de maior hierarquia (RUSCHMANN, 1999, p. 142).

Para ser considerado centro, um empreendimento turístico deve contar com: hospedagem, alimentação, entretenimento, agências de viagem de ação local, informações turísticas sobre atrativos e instalações locais, comércio turístico, postos telefônicos, correios, telégrafos, sistema de transporte interno organizado, conectando o centro aos diversos atrativos existentes em sua área de influência e conexão com os sistemas de transporte externo, em âmbito nacional, internacional, regional ou local, de acordo com a hierarquia de centro. Dificilmente um conglomerado urbano é essencialmente turístico, por isso, em seu planejamento, deve-se dividir as áreas da população permanente e da turística. Caso isso não fique bem resolvido, as necessidades dos autóctones e dos turistas se sobrepõem, causando conflitos.

De acordo com a função que desempenham como locais receptivos, os centros turísticos, segundo Boullón (2002, p. 89-92) podem ser classificados em quatro tipos:

- Centros turísticos de distribuição: são aqueles que servem de base ao turista que visita os atrativos incluídos em seu raio de influência e retornam para dormir, assim, a totalidade dos meios de hospedagem se localizam na hospedagem, mas parte dos estabelecimentos de alimentação, comércio turístico, serviço de guias, bem como instalações específicas como trilhas, mirantes, serviços sanitários devem estar situados nos atrativos turísticos. Nos centros de distribuição, os turistas permanecem de um a três dias, porque sua finalidade é conhecer o maior número possível de atrativos gerenciados a partir daqueles centros;

- Centros turísticos de estada: são mais comuns que o de distribuição, identificam-se como locais em que o turismo passou a se desenvolver por meio da exploração de um único atrativo, pode-se citar como exemplo as estações de esqui. O que diferencia um centro de estada de um centro de distribuição turística é o tempo de permanência do turista no local. Aqui, no centro de estada, o turista volta todos os dias ao mesmo atrativo para praticar seu esporte ou suas atividades turísticas preferidas. Devido a isso, os centros de estada, precisam de equipamentos de entretenimento mais diversificados, para oferecer alternativas diferentes durante o período de permanência, principalmente, durante as tardes e noites;

- Centros turísticos de escala: são menos comuns que os citados anteriormente, coincidem com as conexões das redes de transporte e com as etapas intermediárias dos percursos de longa distância entre um local emissor e outro receptor, do próprio país ou do exterior. Dificilmente, a estada em um centro de escala se prolonga mais de uma noite,

especialmente, nos localizados em estradas. É comum, nestes locais, que haja infraestrutura para a alimentação, abastecimento de combustível, consertos rápidos, sem pernoitar;

- Centros turísticos de excursão: são caracterizados com os que recebem, por menos de vinte e quatro horas, turistas procedentes de outros centros. Os atrativos turísticos ocupam lugar de extrema importância, podendo-se dizer que são a razão de ser dos centros, porém só se constituem condição imprescindível para os centros de estada, distribuição e excursão.

d) Complexo turístico

Após observar a distribuição dos atrativos, nota-se que em alguns países ocorre o aparecimento de agrupamentos maiores ou iguais, de maior hierarquia que os dos centros menores que o de uma zona. São pouco freqüentes, pois dependem de atrativos que contem com significativa hierarquia, cuja visitação, associada a de outros atrativos que o complementam, possibilitam a permanência igual ou superior a três dias. O tipo de atrativo deve ser igual ao do centro de distribuição (montanhas, sítios históricos, ruínas). Um complexo pode ser considerado uma derivação dos centros turísticos e distribuição que alcançam uma ordem superior. O dimensionamento do complexo segue as orientações gerais para o centro turístico de distribuição, no entanto, caso a distância entre dois centros seja menor que cento e vinte quilômetros, traça-se o raio de influência de cada dentro, somando-se as áreas resultantes (BOULLÓN, 2002, p. 92-94).

f) Unidade turística

Caracteriza-se como uma concentração menor de equipamentos que se produzem para explorar intensivamente um ou mais atrativos situados junto do outro, ou, para ser mais exato, dentro do outro. Como é o caso da exploração das águas termais dentro de uma reserva florestal. As atividades desenvolvidas pelos turistas estão centradas em uma única atividade (banho de água termal, pesca, observação das aves), os recursos não permitem reunir as condições para considerá-la um centro (especialmente o de estada). As unidades turísticas abrigam visitantes por um tempo mais prolongado (uma a duas semanas) e em geral tem o aspecto de pequenas aldeias, o que, aliado ao fato de que os serviços são explorados por diversos proprietários, dá a elas uma aparência bastante diferente dos *resorts* (BOULLÓN, 2002, p. 95-96).

g) Núcleos e Conjuntos turísticos

Os núcleos turísticos são todos os agrupamentos com menos de dez atrativos de qualquer hierarquia e categoria, que estão isolados no território, portanto, têm um

funcionamento turístico rudimentar. O número de equipamentos existentes deve ficar entre dois e nove, caso tenha número maior que esse, devem ser classificadas como zonas potenciais (BOULLÓN, 2002, P. 96).

A situação de núcleo é transitória, porque desde o momento em que, devido à construção de um novo caminho, integra-se à rede de estradas forma m novo elemento do espaço turístico, o conjunto. Para consolidar seu funcionamento como conjunto, precisa da construção de um empreendimento de acordo com a natureza e hierarquia dos seus atrativos. Normalmente, tal empreendimento deve começar resolvendo os serviços básicos, tais como estacionamento, informações, guias, saneamento, alimentação, venda de artesanato e, se a importância de algum atrativo justificar, a hospedagem. Deste modo, ocorre sua evolução gradativa para unidades ou centros (BOULLÓN, 2002, p. 96).

h) Corredores turísticos

Caracterizados pelas vias de conexão existentes entre as zonas, as áreas, os complexos, os centros, os conjuntos, os atrativos turísticos, os locais de origem e os destinos, que funcionam como elementos estruturadores do sistema turístico. De acordo com sua função, podem ser divididos entre corredor turístico de traslado ou corredor turístico de estada. O primeiro, constitui-se como a rede de estradas de um país ou região por meio das quais se deslocam os fluxos turísticos. Caso seja viável, em função da oferta de opções, deve-se selecionar as estradas que passam pelas melhores paisagens, não importando que o caminho a ser percorrido seja mais longo, pois se supõe que o tempo seja compensado pela beleza paisagística. Como nos centros e complexos, também os corredores turísticos estendem sua influência para além de sua própria superfície. Como é longitudinal, o cálculo de seu raio de ação realiza-se a partir de dois parâmetros: cálculo da faixa de proteção visual, que, dependendo da topografia e do tipo de paisagem que se atravessa, adquirem três dimensões, de cinco a dez metros, de cinquenta a cem e, até quinhentos metros. A faixa de cinco a dez metros é determinada pelas condições morfológicas; quando os caminhos passam entre paredes rochosas, nesse caso, devem ser proibidos quaisquer tipos de escritas ou fixação de cartazes que afetem o seu aspecto natural.

A faixa de cinquenta a cem metros se aplica a locais de paragens arborizadas, exploradas comercialmente. Deve-se manter a aparência da paisagem original em toda a extensão dos corredores turísticos por que passam. Quando a vegetação é a mata tropical ou subtropical, os cinquenta metros são suficientes, caso sejam bosques de pinheiros, tal faixa deve ser ampliada para cem metros, de forma que impeça a linha visual de ultrapassá-la. Se a paisagem é plana e sem árvores, deve-se estender a faixa para quinhentos metros. Esse ambiente torna o alcance do campo visual do horizonte, sendo impraticável a criação

de barreiras visuais. Nesses casos, os artefatos devem ser construídos de forma que preservem o equilíbrio estético da paisagem. Deve-se, portanto, inclusive, proibir certos tipos de construções, colocação de placas, a não ser que sejam cercados por barreiras. Para melhor aproveitar os corredores de traslado, deve-se analisar a sua extensão e identificar atrativos possíveis de despertar o interesse do turista.

Nesse sentido, o conhecimento dos elementos aqui apresentados, faz-se importante quando se pretende planejar o espaço turístico. Posteriormente, é preciso verificar os outros elementos integrantes do sistema turístico, a fim de identificar a demanda, a interdependência entre os diversos espaços, a preparação do produto turístico, enfim, fazer a integração de todos os elementos que compõem o sistema turístico para se obter melhores resultados.

Atualmente, as superestruturas de comercialização e promoção funcionam desconectadas de uma visão integral do espaço que pretendem vender, porque, na realidade, desconhecem o conceito de espaço, limitando-se a focar suas ações para atrativos e centros que são vistos como peças isoladas (BOULLÓN, 2002).

O turismo, assim, é uma espécie de consequência de um fenômeno social que envolve a existência de tempo livre. A partir disto, a iniciativa privada e o poder público foram desenvolvendo, cada vez mais serviços com o objetivo de ocupar o tempo livre dos turistas, formam-se a partir daí relações interdependentes para o bom funcionamento do sistema turístico.

A finalidade do sistema turístico vai além da visão econômica clássica, na qual o objetivo de uma organização é proporcionar lucro aos investidores, conforme Arantes (1994, p. 22) a finalidade das empresas, “é atender às necessidades e aos desejos humanos, participando ativamente do progresso da sociedade a qual servem”.

Segundo Arantes (1994, p. 26) a responsabilidade das mesmas é produzir coisas que sejam de valor para a sociedade e, dessa maneira, contribuir para o progresso social. Na sua visão, a empresa deve produzir bens mais que produtos, deve produzir utilidades. O produto é o que a empresa produz, ou o serviço que oferece, a utilidade é a satisfação de necessidade e desejos das pessoas que integram a sociedade à qual a empresa serve, ou seja, os bens e serviços de valor (utilidades) que são destinados a um conjunto de pessoas ou outras empresas representativas da sociedade, os clientes. O valor de um produto, portanto, só pode ser medido após o uso pelo consumidor.

Para poder desempenhar o seu papel como agente de desenvolvimento, a sociedade disponibiliza aos empreendimentos os recursos que eles necessitam para produzir utilidades: pessoas educadas, recursos naturais, utilidades produzidas por outras empresas, infra-estrutura, os quais são obtidos diretamente do meio ambiente e que devem ser utilizados com responsabilidade.

Em síntese, do ponto de vista externo, as empresas válidas são agentes da prosperidade e do desenvolvimento social, destinadas a prover a sociedade com produtos de valor (utilidades) de que as pessoas ou outras empresas representativas (clientes) necessitam para atender a seus desejos e necessidades. Para isto a sociedade coloca a disposição os meios (recursos) de que necessitam para prover essas utilidades, mas também estabelece um conjunto de condições sobre seus padrões de comportamento (conduta) quanto ao uso desses recursos e ao respeito as peculiaridades sociais: legais, culturais, religiosas, políticas, econômicas, ambientais (ARANTES, 1994, p. 28).

Portanto, mais do que visar ao lucro através do atendimento às necessidades dos seus clientes, o empreendimento precisa ter uma conduta condizente com a cultura da sociedade, mantendo relações com outras entidades, as quais não são clientes das utilidades e sim dos padrões de comportamento da empresa. “As relações com elas não dizem respeito à adequação das utilidades, mas à conduta da empresa em relação ao uso dos recursos e às limitações estabelecidas pela sociedade” (ARANTES, 1994, p. 28). As organizações apresentam também finalidades internas. Mesmo cumprindo adequadamente suas finalidades externas, a sua sobrevivência, o seu crescimento e a sua continuidade podem estar sendo ameaçadas se não estiverem sendo seguidas às expectativas internas pelas quais foram constituídas.

Internamente, as empresas são integradas pelos seus empreendedores, aqueles que decidem criar e manter o empreendimento; seus colaboradores, aqueles que contribuem através do seu conhecimento e trabalho para operar e administrar o empreendimento; o empreendimento em si, ou seja, o conjunto de elementos tangíveis e intangíveis através dos quais as operações são realizadas e são produzidos os bens destinados a atender às finalidades empresariais. O lucro, deste modo, é fator importante no sentido de garantir a sobrevivência da empresa, porém os demais itens mencionados correspondem à parte significativa das finalidades das empresas (ARANTES, 1994, p. 28-29). Verifica-se, assim, que a finalidade do sistema turístico deve atender aos mesmos pressupostos citados, mesmo por que alguns tipos de empresas (as turísticas) são elementos deste sistema.

Beni define o sistema como:

um conjunto de partes que interagem de modo a atingir um determinado fim de acordo com um plano ou princípio; ou conjunto de procedimentos, doutrinas, idéias ou princípios, logicamente ordenados e coesas com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo [...] o conjunto encontra-se organizado em virtude das inter-relações entre as unidades, e seu grau de interação permite que assuma a função de um todo que é maior que a soma das partes (1998, p. 25).

Seguindo seu raciocínio, Beni (1998) assinala ainda que o sistema deve conter as seguintes características básicas:

- Meio ambiente – conjunto de todos os objetos que não fazem parte do sistema em questão, mas que exercem influências sobre a operação do mesmo;
- Elementos ou unidades – as partes componentes do sistema;
- Relações – os elementos integrantes do sistema encontram-se interrelacionados, uns dependendo dos outros, através de ligações que denunciam os fluxos;
- Atributos – são as qualidades que se contribuem aos elementos ou ao sistema, a fim de caracterizá-los;
- Entrada (input) – constituída por aquilo que o sistema recebe. Cada sistema é alimentado por determinados tipos de entradas;
- Saída (output) – produto final dos processos de transformação a que se submete o conteúdo da entrada;
- Realimentação (feedback) – processo de controle para manter o sistema em equilíbrio;
- Modelo – é a representação do sistema. Constitui uma abstração para facilitar o projeto e/ou análise do sistema. É utilizado por dois motivos básicos: porque simplifica o estudo do sistema, permitindo a análise de causa e efeito entre seus elementos para conclusões de maior precisão; e pela impossibilidade de abranger a complexa totalidade das características e aspectos da realidade objeto de estudo.

O turismo, tomando por base a teoria geral dos sistemas citada por Beni (1998), pode se caracterizar como um sistema aberto, favorecendo assim as trocas entre as partes do sistema estabelecendo as relações para o funcionamento do todo.

Por pertencer ao setor terciário da economia, o turismo forma-se a partir de uma rede de relações que caracterizam o seu funcionamento, cuja existência deve-se ao atendimento das necessidades dos viajantes, através da incorporação de serviços destinados a aumentar o conforto do turista e a multiplicar as oportunidades de lazer. Boullón (2002) enfatiza que essas relações formam um sistema, conforme pode ser visualizado na figura 1.

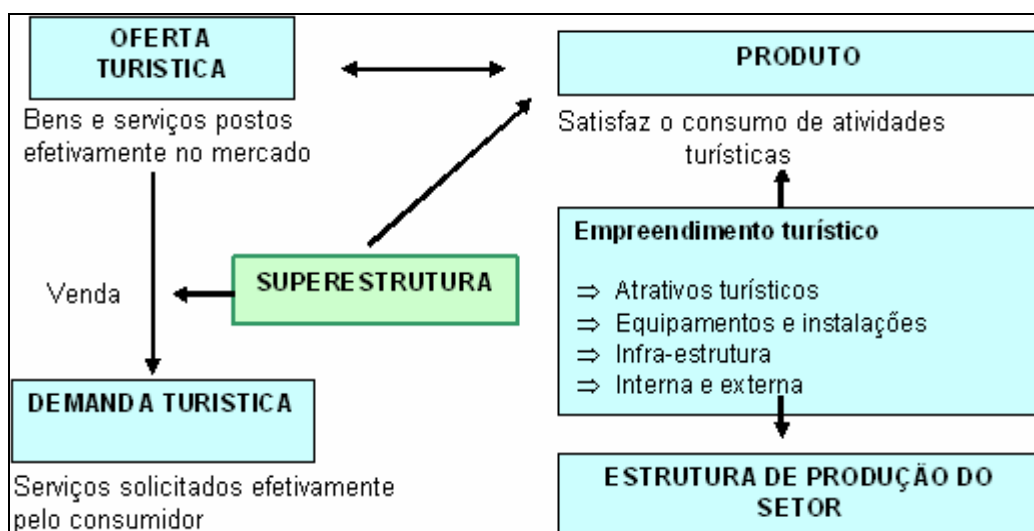


Figura 1 - Sistema Turístico
Fonte: BOULLÓN, 2002.

No modelo de sistema turístico de Boullón (2002), pode-se visualizar suas relações essenciais, ou seja, relações estas que deverão ocorrer entre as partes que compõem o sistema, condicionando o funcionamento e o desenvolvimento da atividade turística. A seguir serão observadas as características básicas das partes que o compõem para um melhor entendimento do modelo apresentado.

O presente modelo (Figura 1) permite a compreensão da atividade turística de forma sistêmica, certamente quanto maior o objeto de estudo mais complexo será o modelo. A classificação das atividades turísticas conforme o modelo oferta-demanda de Boullón (2002 p. 38-66) envolve o estudo da demanda turística, da oferta turística, do processo de venda do produto turístico, o produto turístico, o empreendimento turístico e a superestrutura, buscamos, portanto trazer além da visão de Boullón (2002) sobre cada uma das características do sistema turístico, a contribuição de outros autores, como Beni (2003) e Montejano (2001).

a) A demanda turística

Por demanda pode-se definir como o conjunto de turistas que, de forma individual ou coletiva, estão motivados por uma série de produtos e serviços turísticos com o objetivo de satisfazer suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura em seu período de férias (MONTEJANO, 2001). Em várias localidades, a demanda turística tem um comportamento sazonal, isto é, que se concentra em alguns meses do ano. A demanda pode ser medida ou contabilizada pelo total de turistas que entram em um destino turístico, podendo ser um local, região, zona, país, centro ou atrativo turístico. Pode ser verificada por

meio de uma análise mais profunda, identificando como se distribuem esses gastos nos destinos turísticos, e os tipos de serviços utilizados.

Boullón (1997, p.33) aborda que para realizar um estudo completo sobre a demanda, deve-se analisar os seguintes tipos de demanda: real, turista real –consumidor potencial, histórica, futura e potencial.

Demanda real: é a quantidade de turistas que existe em um dado momento em um determinado lugar, e a soma de bens e serviços utilizados pelos consumidores neste lugar durante o tempo de sua estadia; cuja finalidade de viagem pode ser classificada sob um dos seguintes tópicos: lazer (recreação, férias, saúde, estudo, religião e esporte), negócios, família, missões e conferências; excursionistas – visitantes temporários que permaneçam menos de vinte e quatro horas no país visitado (incluindo viajantes de cruzeiros marítimos)” (BENI, 1998, p.37).

Turista real: consumidor potencial: refere-se aos gastos adicionais que podem realizar a demanda real durante sua estadia, e o consumo de bens e serviços que não estavam previamente programados antes do deslocamento do turista;

Demanda histórica: são os registros estatísticos ocorridos no passado;

Demanda futura: é o resultado de cálculos feitos a partir de fórmulas matemáticas para projetar o perfil da demanda turística durante um período de tempo a partir do presente;

Demanda potencial: é a possibilidade de obter um segmento de mercado emissor não conquistado.

Analisar a demanda significa conhecer o consumidor do produto turístico, através de estudos sobre as preferências motivacionais dos turistas que se espera receber e o nível de satisfação daqueles que já passaram por determinado centro turístico (BOULLÓN, 2002, p. 41). Este estudo é utilizado e reconhecido como importante instrumento para o planejamento da atividade turística.

b) A oferta turística

Por meio da análise econômica entende-se por oferta a quantidade de mercadorias ou serviços que entram no mercado consumidor, por um preço em um determinado período de tempo. A oferta torna-se realidade a partir do momento que surge o consumidor real, ou seja, o consumidor deve conhecer o produto turístico oferecido, do contrário este produto não está sendo ofertado.

Para que en servicio turístico se convierta en oferta turística, es imprescindible que el consumidor potencial conozca su existencia. De lo contrario, esse producto no cumple con el requisito de haber entrado en el mercado por un periodo determinado (BOULLÓN, 1997 p. 35).

Esse período que o autor denota, representa o número diário de vezes que a duração de cada consumo permite renovar a oferta do serviço, indicando que o turista real-consumidor potencial é a pessoa que, localmente, estabelece um tempo em que cada produto pode ficar no mercado, pois após a sua partida, quem for substituí-lo já integra outro mercado que deve ser informado e conquistado num curto espaço de tempo que permanecerá no lugar visitado.

Podemos concluir diciendo que la oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico, porque, en última instancia el que califica la clase de un bien es el sistema productivo y no el tipo de consumidor (BOULLÓN, 1997 p. 36).

Conforme supracitado por Boullón, a oferta turística se baseia em alguns produtos e serviços que estão sujeitos a uma qualidade e preço e que devem competir no mercado frente a outros produtos e serviços, com o objetivo final de conseguir uma sólida demanda que permita obter rentabilidade e alguns benefícios (MONTEJANO, 2001).

c) O processo de venda

A interação da oferta com a demanda realiza-se através do processo de compra e venda, porém importante se faz ressaltar que na atividade turística é o consumidor que se desloca ao lugar geográfico em que se localiza a oferta turística, e não o contrário, como ocorre com os demais produtos.

Segundo Boullón (2002, p. 45), o processo de venda implica que a oferta turística alcançará efetivamente um mercado, sempre que o preço de seus produtos for competitivo, pois do contrário a demanda escolherá outro destino mais econômico, e se não o encontrar deixará de viajar. Isto significa que a interação da oferta com a demanda determina, de algum modo, o preço dos produtos.

Sendo implementado pela iniciativa privada, o turismo tem no momento de venda um passo fundamental, e, se não for cumprido de forma assertiva, pode prejudicar ou mesmo bloquear o funcionamento do resto do sistema, ainda que todas as outras partes estejam bem desenhadas.

d) Produto turístico

O produto turístico é formado pelos bens e serviços que servem a atividade turística, em um primeiro momento, o produto turístico é abstrato. Durante o planejamento de uma viagem ou na compra de um pacote turístico, torna-se difícil ver ou tocar o produto desejado. Cria-se desta forma algumas imagens produzidas a partir das informações que são divulgadas principalmente por meio dos materiais publicitários.

O produto turístico somente é consumido a partir do momento em que o turista/visitante chega ao destino e utiliza os serviços oferecidos. Para o consumidor o produto turístico é aquele que lhe permite passear, visitar os atrativos, fazer esportes e divertir-se. Somando-se, pode-se destacar visão de Beni (2003, p. 26) que define produto turístico como o resultado da soma de recursos naturais e culturais e serviços produzidos por uma pluralidade de empresas.

e) Empreendimento turístico

O empreendimento turístico é integrado pelos seguintes elementos:

Atrativo turístico: os atrativos são considerados a “matéria prima” da atividade turística, ou seja o principal recurso da atividade turística, e pela qual baseia seu planejamento. Podem ser: paisagem natural (praia, montanha, rio, deserto, caverna, parques nacionais, entre outros); paisagem construída (cidades, museus, parques temáticos, entre outros) e atrativos culturais e históricos (eventos, ruínas e sítios arqueológicos, festas, manifestações populares, entre outros) (BOULLÓN, 1997, p. 41).

Planta turística, equipamentos e instalações: os equipamentos incluem todos os estabelecimentos administrados pelo setor público e privado que se dedicam a facilitar os serviços básicos, como por exemplo: alojamento, alimentação, transporte, agências de viagens, informações, entre outros. As instalações são todas as construções criadas especialmente para permitir e facilitar a prática de atividades turísticas, como por exemplo: marinas, mirantes teleféricos, piscinas, passarelas, pontes, entre outras (BOULLÓN, 1997 p. 42).

Infra-estrutura: entende-se por infra-estrutura os bens e serviços de um país para sustentar as estruturas sociais produtivas, e são formadas por vários subsistemas de serviço de apoio à comunidade, como: saneamento, água, energia, educação, sistema de acesso e de transporte, sistema de comunicações e segurança, e outros. Aqui, no produto turístico, pode-se identificar a ação da atividade privada, responsável pela hospedagem, alimentação, passeios, comércio de artigos, entre outros. Todos esses serviços estão intimamente relacionados, porque em seu conjunto constituem a oferta de cada centro turístico. Por meio dos serviços consumidos pelo turista quantifica-se o grau de satisfação da demanda e pode-se avaliar o nível de desenvolvimento do setor. Segundo Boullón (2005, p. 34) a classe e a qualidade dos serviços dos hotéis, restaurantes, centros noturnos, espetáculos, transportes internos, excursões programadas, são o que experimenta o consumidor turístico, e delas depende o presente e o futuro turístico de qualquer país.

Convém trazer aqui, o entendimento sobre o consumo turístico, feito por Montejano (2001) que o caracteriza como a soma ou agregação, expresso em termos monetários, relativa aos gastos feitos pela demanda turística sobre uma série de bens e serviços, ou

seja, os gastos produzidos por um turista em sua atividade turística. Devido às características do setor, o volume do consumo turístico equivale ao volume de produtos e serviços consumidos, a saber: número de pernoites, número de refeições consumidas, trajetos de viagem, etc. O volume do consumo turístico é, essencialmente, função do nível de preços efetivos e dos ingressos disponíveis do consumidor. As relações fundamentais entre essas variáveis se vêem afetadas por uma série de fatores não-econômicos, como a valorização social do consumo turístico, o que implica dizer que o turismo está integrado no modo de vida das populações cada vez mais numerosas.

f) Superestrutura

Para que um sistema turístico funcione adequadamente, faz-se necessário, além da infra-estrutura, do auxílio de um subsistema superior que regule todo o sistema, neste caso, a superestrutura.

A superestrutura apesar de muitas vezes esquecida pelos planejadores é um dos principais subsistemas da atividade turística, e pode ser classificado como:

...todo los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares sevicios que componem el producto turístico (BOULLÓN, 1997, p. 50).

...Esse subsistema refere-se à complexa organização tanto pública quanto privada que permite harmonizar a produção e a venda de diferentes serviços do Sistor . Compreende a política oficial de Turismo e sua ordenação jurídico-administrativa que se manifesta no conjunto de medidas de organização e de promoção dos órgãos e instituições oficiais, e estratégias governamentais que interferem no setor (BENI, 1998, p.97).

A existência de uma superestrutura poderosa e eficiente se torna, de fato, muito mais importante do que se costuma pensar. Pois, como a base do turismo concentra-se na prestação de serviços, a desordem que predomina em sua coordenação freqüentemente diminui o nível de satisfação dos usuários, em seu julgamento subjetivo. Assim, segundo Boullón (2002, p. 62) de acordo com a importância que o turismo possa ter para o país, na América Latina os organismos públicos responsáveis pela administração do setor turístico oscilam do nível mais alto, representado por um ministério ou secretaria, aos de direção ou institutos ligados ao bem-estar social ou a outros organismos do Estado. Suas funções específicas são:

- A promoção turística no exterior;
- O controle da qualidade dos serviços;

- A fixação e o controle de preços;
- O planejamento do desenvolvimento;
- A promoção de investimentos da iniciativa privada;
- A promoção do turismo interno;
- O desenvolvimento do turismo social;
- E, às vezes, a construção do equipamento e das instalações turísticas.

Por sua vez, a iniciativa privada, participa da infra-estrutura por meio de numerosas organizações que as empresas criam para compatibilizar e defender seus interesses particulares. Como as associações de hoteleiros, donos de restaurantes, agentes de viagens, transportadores, guias turísticos, sem que exista em geral uma organização que represente todos em seu conjunto.

Convém ressaltar, as inúmeras dificuldades que são encontradas na face operacional, onde a superestrutura oficial enfrenta além dos problemas de falta de orçamento, o escasso conhecimento técnico das pessoas designadas para ocupar os cargos diretivos e a grande rotatividade do pessoal técnico.

Em resumo, quando se trata do modelo referencial de Boullón, o ponto de partida do modelo oferta-demanda (BOULLÓN, 2001, p. 38) origina-se do encontro da oferta com a demanda turística, mediante um processo de venda do chamado produto turístico, que , com o empreendimento turístico e a infra-estrutura, formam a estrutura de produção do setor. No centro do sistema encontra-se a superestrutura que detém a função de controlar a eficiência do sistema, fiscalizado seu funcionamento e a inter-relação entre as partes. Assim, o fator determinante no desenvolvimento e na própria competitividade de determinada região é a capacidade de atuação organizada da própria sociedade civil local.

1.3 O espaço turístico e as paisagens

O conceito de paisagem evoluiu muito através de diversas abordagens geográficas, tradicionalmente, segue-se uma diferenciação entre paisagem natural e paisagem cultural. A paisagem natural refere-se aos elementos combinados de terreno, vegetação, solo, rios e lagos, enquanto paisagem cultural, humanizada, inclui todas as modificações feitas pelo homem, como nos espaços urbanos e rurais. O geógrafo norte-americano Carl Sauer, destaca que para o entendimento da paisagem cultural,

“não podemos formar uma idéia de paisagem a não ser em termos de suas relações associadas ao tempo, bem como suas relações vinculadas ao espaço. Ela está em um comum processo constante de desenvolvimento ou dissolução e substituição. Assim, no sentido corológico, a alteração da área modificada pelo homem e sua apropriação para o seu uso são de importância fundamental. A área anterior à atividade humana é representada por um conjunto de fatos morfológicos. As formas que o homem introduziu são um outro conjunto” (SAUER, 1998, p. 42).

Esta colocação sugere uma separação da paisagem em natural e cultural, pois deixa explícito que é o homem que atua como sujeito de ação na natureza.

As paisagens são, segundo Schier (2003), em quase todas as abordagens dos séculos XIX e XX, entidades espaciais que dependem, também da história econômica, cultural e ideológica de cada grupo regional e de cada sociedade e, se compreendidas como portadoras de funções sociais, não são produtos, mas processos de conferir ao espaço significados ideológicos ou finalidades sociais com base nos padrões econômicos, políticos e culturais vigentes.

Ainda em referência à paisagem, Cosgrove (1995, p. 42) destaca a paisagem como sendo intimamente ligada à cultura e à idéia de que as formas visíveis são representações de discursos e pensamentos. Assim, a paisagem aparece como um lugar simbólico. Trata-se da maneira de ver, compor e harmonizar o mundo que a torna importante. A paisagem, portanto, se faz através da criação de uma unidade visual onde o seu caráter é determinado pela organização de um sistema de significação. O local é, então, complexo, com múltiplos patamares de significados.

Nesse contexto, a memória também contribui para a constituição de categorias espaciais, aparece intermediando o espaço objetivo, que se dá aos sentidos, e o espaço subjetivo, que é produzido e processado a partir das experiências imediatas e das experiências prévias. Neste aspecto, o lugar ganha importância junto ao conceito de paisagem, que pode ser definido como um conjunto complexo, enraizado no passado e incrementando-se com a passagem do tempo, com o acúmulo de experiências e de sentimentos (HOLZER, 1996). Seria a experiência primitiva de espaço experimentada a partir do corpo. Assim tempo e espaço relacionam-se com a distância: são estruturados e orientados pela intencionalidade humana. O tempo, conforme corrobora Holzer (1996), inseparável da atividade locomotora, está implícito nos lugares, a partir das idéias de movimento, esforço, liberdade, objetivo e acessibilidade.

O lugar, portanto, implica em uma pausa no deslocamento, em um acúmulo de experiências e no aparecimento de expectativas e aspirações em relação ao sítio, dando-lhe o significado especial de lugar. Relph (1976) ensina que o lugar é o modo especial de relacionar as diversas experiências de espaço. O lugar não pode ser experimentado como categoria definida, ou descrito em termos de localização ou aparência. Não pode ser

confundido com a paisagem: na experiência do lugar existe a sensação de familiaridade, enquanto que na paisagem como observadores, pessoas fora da cena. Por isso o papel do tempo, da vivência prolongada, é fundamental para a caracterização do lugar.

As paisagens turísticas, por sua vez, não existem, a priori, como um dado da natureza (LUCHIARI, 1998 apud CRUZ, 2001), não são caracterizadas por um sistema de objetos que lhe seja particular, específico. As paisagens turísticas derivam da valorização cultural de determinados aspectos das paisagens, de modo geral, e nesse sentido, toda paisagem pode ser turística.

Elemento central da construção social das práticas turísticas, a paisagem resulta do arranjo espacial de sistemas de objetos (naturais e sociais) que segundo Santos (1997 apud CRUZ, 2001) o conjunto resultante da sobreposição desses sistemas de objetos e ações requeridos pelo uso turístico do espaço distingue o lugar turístico da atualidade dos “outros lugares”. Assim, a paisagem contém o espaço, mas é também por ele contida. Enquanto cada paisagem restringe-se a uma determinada distribuição espacial de formas - objetos, o espaço resulta da “intrusão” da sociedade nessas formas objetos. (SANTOS, 1996 apud CRUZ, 2001).

A paisagem tem, pois, uma fixidez espacial que é resultado da fixidez das formas – objetos que definem a sua existência. Se, por um lado, entretanto as paisagens não mudam de lugar, por outro, mudam freqüentemente de significado. E, “acrescida de significado, a paisagem forma o espaço”. (CRUZ, 2001)

Difícil se torna, definir com precisão a qualidade de uma paisagem, já que essa ação não se pode afastar, mesmo que se queira, de avaliações subjetivas. A primeira percepção que se toma ao apreciar a qualidade de uma paisagem se faz em referência a sua beleza. E neste caso, esse procedimento de avaliar a beleza se efetua involuntariamente no pensamento de cada indivíduo. Não se trata simplesmente de generalizar, pois o conceito de beleza varia de uma cultura para outra e, dentro de cada cultura, de indivíduo para indivíduo.

Segundo Boullón (2002) existem alguns elementos essenciais na análise da paisagem natural. O primeiro, caracteriza-se pela topografia, que se refere às formas que a crosta terrestre pode assumir, sendo um dos extremos a planície outro as altas montanhas, passando por uma série de formações intermediárias que, por sua singularidade, podem-se transformar no elemento paisagístico mais chamativo. O segundo elemento consiste no tipo de vegetação, nas paisagens abertas que abrangem um panorama extenso, atua como a “vestidura” da topografia e pode apresentar o elemento principal para as visões próximas que se têm quando se entra e circula por um bosque, uma área cultivada ou uma zona ondulada coberta de flores silvestres. O clima também se caracteriza como elemento fundamental no estudo sobre paisagem, pois serve para conhecer em que época do ano e a

que hora do dia cada paisagem encontra a sua plenitude estética. Por outro lado, o clima pode mudar o aspecto de uma paisagem e até fazê-la perder suas qualidades, como ocorre com a neblina, nuvens e chuvas que podem frustrar uma visita a atrativos pois muitas vezes esses fenômenos impedem a visibilidade do atrativo como montanhas ou vales. E por fim, reconhece-se o habitat como importante elemento da paisagem, porque graças a ele, a informação se enriquecerá e se mostrará, por um lado, as formas de vida de cada lugar e seu efeito sobre a natureza e, por outro, as condições ecológicas requeridas pelas espécies selvagens e plantas autóctones para sua existência. Haja vista, que “o meio ambiente humano não é um simples conjunto de condições naturais: é a imagem da população que o criou com base em crenças, mitos e aspirações” (MAYAUDÓN, 1973 apud BOULLÓN, 2002).

A visão da paisagem é muito particular, portanto, quando se estuda a apreciação estética da paisagem cabe dar importância aos sentidos, influenciados pelo estado de espírito do turista ao captá-la.

O que pode ocorrer é a limitada capacidade do homem em interpretar os aspectos da natureza, isso porque o homem urbano embora reconheça árvores, plantas, nuvens, rios, acostumou-se a vê-los como unidades separadas, ou apenas como elementos decorativos, como é o caso de flores e gramados.

Dissecamos a natureza de acordo com os delineamentos estabelecidos por nossa língua materna. As categorias e os tipos que isolamos do mundo fenomênico não os encontramos nele...ao contrário, o mundo se apresenta em uma corrente caleidoscópica de impressões que nossa mente deve organizar; e isso é feito em grande parte mediante o sistema lingüístico que temos na cabeça. Cortamos a natureza em pedaços, organizando-os em conceitos, e atribuímos-lhes significados, principalmente porque são partes de uma convenção organizá-los desse modo, convenção que é a mesma em toda a nossa coletividade lingüística e que se cifra nas normas de nossa linguagem. A convenção é, naturalmente, implícita e não declarada, mas seus termos são absolutamente obrigatórios; não podemos falar de nenhum modo se não aceitamos a organização da classificação dos dados que compõem a convenção. Nenhum indivíduo é livre para descobrir a natureza com absoluta imparcialidade e vê-se obrigado a certos modos de interpretação, ainda que ao fazê-lo pense ser absolutamente livre. (HALL, 1972 apud BOULLÓN, 2002).

Assim, como na natureza as partes parecem integradas a um conjunto, o cérebro humano, por não estar acostumado, capta a paisagem como um todo, mas de um modo difuso, de tal forma que as imagens que lembra não conseguem estabelecer as diferenças e as semelhanças que lhe permitem identificar o que viu. Assim, junto à análise das paisagens, faz-se necessário considerar toda complexidade do fenômeno turístico, suas relações sociais e espaciais capazes de fomentar o processo de (re) produção do espaço.

Todas as considerações em torno do desenvolvimento da atividade turística não ocorrem desvinculadas do contexto de espaço, uma vez que, tanto os atrativos quanto os equipamentos e a infra-estrutura se manifestam de forma física visível neste espaço, sobretudo quando se trata do espaço urbano.

Conforme Cruz (2001), o turismo urbano é de grande relevância na mobilidade mundial, afinal, desconsiderando as modalidades de turismo de aventura, ecológico, rural, entre outros, cujo suporte material constitui-se de locais pouco ou nada arborizados, o turismo em ambientes urbanos representa quase a totalidade do fluxo turístico mundial. Há nas cidades atratividade turística, por tudo o que representam “como obras de arte das sociedades humanas, como lugares de encontro, do ir e vir, do acontecer de modo geral” (2001, p. 16).

O espaço urbano constitui-se, segundo Siviero (2006), no conjunto de diferentes usos da terra (comerciais, de serviços, industriais, residenciais, de lazer, dentre outros) justapostos entre si, o que retrata um espaço fragmentado. Todavia, é articulado, uma vez que cada uma de suas partes mantém relações espaciais com as demais. E ainda, constitui-se num reflexo da sociedade do presente e do passado, que deixa suas marcas na organização espacial, sendo assim desigual e mutável. É condicionante social, ou seja, o lugar onde as diversas classes sociais vivem e se reproduzem. Envolve também as crenças, valores e mitos criados na sociedade e projetados nas formas espaciais: monumentos, lugares sagradas, dentre outros. Além de ser cenário e objeto das lutas sociais, que buscam, entre outros, o direito à cidade e à cidadania plena e igual para todos.

Segundo Cruz (2001, p. 24) existe uma diferença fundamental entre o espaço urbano produzido pelo turismo e o espaço urbano propriamente dito. É que, “(...) no primeiro caso, trata-se da criação de um novo espaço produtivo”. O espaço urbano em si constitui-se suporte e, ao mesmo tempo, atrativo para o turismo. O turismo, assim, utiliza de toda a infra-estrutura e facilidades do espaço urbano para o seu pleno desenvolvimento, podendo ainda, ser responsável pela (re)produção deste espaço, de acordo com as necessidades que impulsionam a concretização da atividade turística nas destinações.

Siviero (2006), traz uma análise comparativa entre os elementos do espaço urbano na visão de Lynch (1997) e do espaço turístico apresentado por Boullón (2002), assim pode-se trazer uma contextualização sobre ambas, ao evidenciar os elementos essenciais para a análise do espaço turístico urbano.

Lynch (1997) em seus estudos sobre a Imagem da Cidade, trabalha com o conceito de “legibilidade” do ambiente urbano. Para o autor uma cidade só é “legível” se puder ser imaginável, ou seja, é necessário que haja clareza física na imagem. Para Lynch, existem cinco elementos da cidade que podem ser percebidos pelos seus usuários: os caminhos, os

pontos nodais, os bairros, os limites e os marcos. Adaptando estes elementos ao turismo, Boullón (2002) aponta-os como: logradouros, marcos, bairros, setores, bordas e roteiros.

Os logradouros abordados por Boullón (2002) correspondem aos caminhos e pontos nodais de Lynch (1997). Tratam-se de espaços abertos ou cobertos de uso público, em que o morador da cidade e o turista podem entrar e percorrer livremente. Pode-se citar como exemplos: um parque, um zoológico, uma praça, uma galeria, um centro comercial, uma feira, um mercado, o átrio de uma igreja ou uma estação de ônibus. O diferencial entre caminhos e pontos nodais é que estes últimos têm natureza de conexão, como, por exemplo, um cruzamento de ruas ou uma esquina.

Os marcos para Lynch (1997) podem ser definidos de duas maneiras distintas: na primeira, o elemento é visível a partir de muitos outros lugares e, portanto, a localização é crucial; e na segunda, fundamental é a existência de contraste local com os elementos vizinhos, podendo ser a variação no recuo e/ou na altura. Para Boullón (2002) os marcos são objetos, artefatos urbanos ou edifícios que, pela dimensão ou qualidade de sua forma, destacam-se do resto e atuam como pontos de referência, tais como: um edifício enorme, um monumento, uma fonte, um cartaz de propaganda, uma igreja ou um quiosque de informação ao público.

Pode-se dizer que um marco significativo para um morador de determinada localidade nem sempre implica em marcos motivadores de fluxos turísticos, pois exigem familiarização com o meio, alcançada ao longo do tempo. Os marcos gerais são, na maioria das vezes, mais perceptíveis pelos turistas, segundo estudo desenvolvido por Boullón (2002). Os chamados marcos locais refletem o estudo dos elementos de Lynch (1997), que se referem ao observador enquanto morador de dada localidade. Os marcos “gerais” de Boullón (2002) dizem respeito à capacidade de visualização da paisagem na perspectiva do observador turista. Os marcos locais podem servir de referência espacial para situar os turistas, quando estes não constituem atrativos turísticos.

Os bairros para Lynch (1997) são espaços de uma cidade com uma extensão bidimensional. Para Boullón (2002) são seções da cidade relativamente grandes, nos quais o turista pode entrar e se deslocar. Como os logradouros e marcos, alguns bairros integram a lista de atrativos turísticos mais visitados em um centro turístico porque têm a vantagem de possibilitar que, em seu interior, vejam-se outros atrativos turísticos, como uma igreja (marco), ou uma praça e um mercado (logradouros).

Os setores são para Boullón (2002) partes da cidade substancialmente menores que os bairros, mas que têm as mesmas características destes. Às vezes não têm mais do que três ou quatro quadras. Em geral, os setores são os restos que permanecem de um antigo bairro, cujas edificações originais foram suplantadas por outras mais modernas, quando esta parte da cidade alcançou um novo valor comercial. Do ponto de vista turístico, os setores

são muito importantes porque se forem valorizados, podem servir para mostrar como foi, um dia, uma cidade ou um povoado em sua etapa de máximo esplendor arquitetônico.

Os limites para Lynch (1997) correspondem às bordas apontadas por Boullón (2002). Trata-se de elementos lineares que marcam o limite entre duas partes de uma cidade. Uma borda é um elemento fronteiro que separa bairros diferentes, quebra a continuidade de um espaço homogêneo ou define os extremos ou margens de partes da cidade. As bordas podem ser fortes, como um rio, uma via férrea ou uma auto-estrada, separando as partes fisicamente, mas podem, também serem fracas, como uma avenida, edifícios de alturas ou idades diferentes e ruas de larguras diferentes, separando as partes apenas visivelmente.

Os roteiros são elementos apontados apenas por Boullón (2002). Eles são as vias de circulação selecionadas para o trânsito turístico de veículos e de pedestres, tendo em vista seus deslocamentos para a visita de atrativos turísticos. Os roteiros de passeio em veículo são aqueles que devem ser selecionados para compor o percurso city tours e os roteiros para pedestre são os que conectam os atrativos turísticos próximos e definem os circuitos dentro dos bairros.

Tabela 1 - Elementos integrantes do espaço urbano (Lynch, 1997) e turístico (Boullón, 2002) num comparativo

LYNCH (1997)	BOULLÓN (2002)
CAMINHOS	LOGRADOUROS
PONTOS NODAIS	
BAIRROS	BAIRROS
LIMITES	BORDAS
MARCOS	MARCOS
-	SETORES
-	ROTEIROS

Fonte: SIVIERO, 2005.

Os elementos apresentados por Lynch (1997) e Boullón (2002) podem ser observados sinteticamente e de forma comparativa, a partir da tabela 1. Faz-se necessário elucidar que Lynch se remete ao espaço urbano e Boullón trabalha com os elementos do espaço turístico.

Todos estes elementos tanto do espaço natural, verificado através das paisagens, quanto do espaço urbano estão intrínsecos ao sistema turístico, que por sua vez é controlado e administrado por uma superestrutura. Para que se possa visualizar, a ação da superestrutura para com o sistema turístico, serão apresentadas, algumas informações importantes num contexto que irá desde a América Latina até o Rio Grande do Sul.

1.4 Gestão do espaço turístico na realidade da América Latina: alguns dados quantitativos

Antes, de abordar como devem estar articuladas e estruturadas as instituições públicas para a gestão do turismo nacional, estadual, municipal tomando por base, principalmente, o estudo do autor Boullón (2005) na América Latina, convém destacar alguns dados quantitativos em relação ao turismo.

Durante o ano de 2006, a América Latina experimentou um balanço positivo no setor do turismo, atingindo mais de 45 milhões de chegadas, o que significou um incremento de 4,5 por cento em relação ao ano anterior. O crescimento econômico na América do Sul também teve um impacto positivo no aumento do turismo na região. Assim, Chile, Colômbia, Paraguai e Peru experimentaram um aumento do 10 por cento nas chegadas em 2006; Argentina, um aumento do 8 por cento nos primeiros nove meses do ano; enquanto o turismo no Brasil cresceu um 12 por cento (CIBERAMÉRICA, 2007).

México continua fazendo parte dos quinze destinos turísticos mais importantes do mundo e o único do continente latino-americano. Os destinos mais procurados pelos turistas que elegem o Caribe (que são principalmente europeus) são a República Dominicana, Porto Rico e Cuba (CIBERAMÉRICA, 2007). Na América do Sul a estabilidade política e econômica recuperada pela Argentina nos últimos anos beneficiou o turismo nos destinos vizinhos, principalmente no Brasil e no próprio país, que mostrou em 2003, um incremento de 6% com respeito a 2002. Além destes dois países Uruguai ganha destaque na região. Os países latino-americanos trabalham, principalmente, com Turismo Natural, Histórico-cultural e, recentemente, passaram a investir no Ecoturismo e Turismo Rural, pois a riqueza e a diversidade de alguns recursos, tais como, espaço, geografia, natureza, história e cultura tornam possíveis a disseminação da atividade turística. Porém, os países da América Latina ainda carecem de infra-estrutura de apoio ao turismo. As recentes irregularidades com as vias aéreas, como o caso do Brasil, tornaram evidentes as necessidades de benfeitorias, além disso a falta de uma imagem consolidada para o reconhecimento dos recursos regionais, demonstram algumas debilidades que as instituições reguladoras do turismo, tais como OMT (Organização Mundial do Turismo) e a Ibero-América estão procurando conscientizar e trabalhar para que todos os atores possam perceber sua verdadeira dimensão.

Os motivos principais de viagem para os respectivos países, correspondem à visita a parentes e amigos, saúde, religião e outros motivos. As viagens a negócios, também, estão em crescimento (CIBERAMÉRICA, 2007).

No que se refere ao Brasil, a gestão da atividade turística é desenvolvida pelo Ministério do Turismo, mais precisamente pela Embratur, esta é a autarquia especial do Ministério do Turismo responsável pela execução da Política Nacional de Turismo no que diz respeito à promoção, marketing e apoio à comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado nacional e internacional.

Segundo dados da Embratur (2007), entraram no país em 2006, cerca de 5.018.991 turistas, apresentando período de maior fluxo durante os meses de Janeiro a Março, Novembro e Dezembro, sendo que a maioria vindos dos países vizinhos da América do Sul, favorecendo o tráfego intra-regional, destacando-se como principais países emissores, em ordem decrescente: Argentina (992 mil), Estados Unidos (794 mil), Portugal (358 mil), Uruguai (342 mil), Alemanha (309 mil), Itália (304 mil), França (252 mil), Paraguai (249 mil). Entre os meios mais utilizados para o transporte destacam-se: o aéreo e o terrestre.

Grande parte dos turistas vindos da América do Sul, conforme a Embratur (2007) entram no Brasil pelos estados do Rio de Janeiro 794.219 mil, seguido do Rio Grande do Sul, cerca de 588.740 mil e pelo estado do Paraná 535.531 mil. Percebe-se, que o Rio Grande do Sul detém importante participação no fluxo turístico brasileiro, com faturamento previsto para 2007 de 5,6 bilhões de reais, perdendo apenas para São Paulo e Rio de Janeiro. O estado, possui uma infra-estrutura considerada excelente – tem uma das melhores malhas rodoviárias do país, com 42% de estradas classificadas segundo a Revista Exame (2007) como ótimas ou boas – e oferece opções de turismo que vão do ecológico ao cultural, do religioso ao de negócios. Além disso, em consequência da sua formação histórica, diversidade de paisagens e culturas o Estado apresenta muitos atrativos aos visitantes do centro do país e do exterior. Sua localização estratégica em relação aos países do Mercosul o coloca como receptor de um grande número de turistas, especialmente da América do Sul, principalmente, turistas argentinos (309 mil) e uruguaios (246 mil), sendo que 65% dos turistas que visitam o Rio Grande do Sul chegam de carro, 55% vindos de outros estados brasileiros e 45% vindos do exterior (REVISTA EXAME, 2007).

A Capital do Estado, Porto Alegre, pela sua importância como centro administrativo, econômico, financeiro e cultural, destaca-se pelo turismo de eventos e negócios, ocupando a oitava posição entre as cidades mais visitadas do Brasil por turistas estrangeiros.

O Rio Grande do Sul está dividido em nove regiões turísticas com características bastante distintas, apresentando atrações permanentes que vão da paisagem e do clima serrano, ao pampa, ao extenso litoral, às estâncias hidrominerais e ao patrimônio histórico das Missões, conforme figura 2. A arquitetura, a gastronomia, os costumes e tradições próprios de portugueses, espanhóis, alemães, italianos e tantos outros grupos colonizadores são também características culturais que marcam as diferentes regiões. Salienta-se que as

principais regiões turísticas do Estado com maior procura são: a Região Uva e Vinho (Serra Gaúcha) e a Região das Hortênsias (Canela e Gramado).

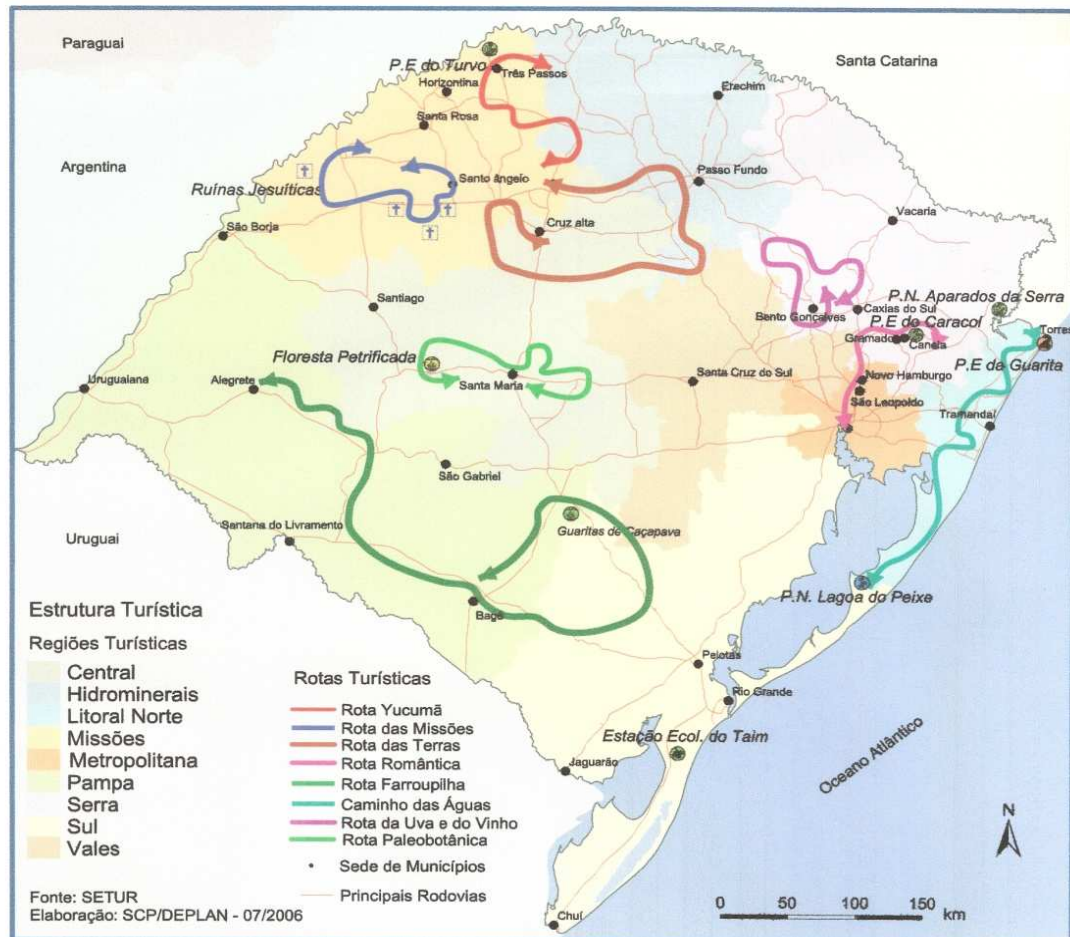


Figura 2 - Mapa das rotas turísticas no Rio Grande do Sul
Fonte: SETUR, 2007.

A gestão pública do turismo no Rio Grande do Sul, está a cargo da Secretaria do Turismo, Esporte e Lazer, sendo que cada município detém sua designação para a atividade turística.

1.5 A ação pública e a política na gestão do espaço turístico

Na América Latina, os trabalhos mais sérios nesta área iniciaram-se poucos anos antes de 1970, durante esse período, a maioria dos países elaboraram seu próprio “Plano Nacional de Turismo”. Devido à ausência de um número suficiente de técnicos nacionais, a maior parte dos estudos foi encomendada para consultorias estrangeiras ou foi elaborada

pelas repartições especializadas de organismos internacionais. Com o crescimento mundial do turismo na América Latina, também se desenvolveram os organismos oficiais. Em alguns casos o espaço turístico é administrado por organismos independentes, como acontece, conforme Boullón (2005) com alguns parques nacionais; e, por outro lado, pelos três níveis administrativos – nacional, estadual (ou provincial) e municipal. Como se pode perceber, hoje, a América Latina, o Brasil, bem como os estados brasileiros, estão buscando estruturar-se administrativamente na gestão do turismo de forma coerente com seu subdesenvolvimento. Assim, para que o estado faça cumprir as suas funções, é necessário que haja um órgão nacional de turismo que seja responsável, principalmente pelo planejamento da atividade turística. No Brasil, existe hoje um Ministério do Turismo, cujos órgãos que estão ligados ao ministério são: Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, secretaria Nacional de Desenvolvimento do Turismo, Conselho Nacional do Turismo e a EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo). Ambos junto aos Planos Nacionais surgiram para orientar o desenvolvimento do turismo no Brasil (BRASIL, 2003).

Diante disso, faz-se necessário identificar como se comportam as ações políticas na administração do turismo. Primeiramente, as políticas caracterizam-se como princípios norteadores que vão ditar os critérios e os procedimentos para as tomadas de decisões que, a partir disso, levarão à consecução de objetivos preestabelecidos.

A política, como ciência do Estado que trata da atividade relacionada com o bem público da sociedade baseada no conjunto de operações realizadas por indivíduos, grupos ou poderes estatais, tem duas vertentes: a macropolítica ou política geral que visa ao ordenamento supremo de todas as forças do país; e a micropolítica ou política especializada que concentra sua ação em aspectos parciais do bem público.

Assim, conforme Montejano (2001), seguindo o sentido de micropolítica ou política especializada, pode-se falar da política turística como uma parte da política que estabelece as diretrizes de disposição, planejamento, promoção e controle da atividade turística em um país, realizado pelos poderes públicos que são convertidos em agentes turísticos por meio dos órgãos da Administração Pública.

Portanto, a adoção ou o estabelecimento de políticas acontece no âmbito público, privado e nas entidades que constituem o terceiro setor. Seu raio de ação pode ocorrer desde o âmbito local até o mundial. As políticas podem apresentar caráter econômico, cultural ou social, embora alguns autores afirmem que as políticas de caráter cultural ou social estarão sempre atreladas ao econômico.

Ante o exposto, Fúster (1991) traz a sua contribuição quanto à complexa discussão sobre a política e a economia. Assim, uma política econômica é composta por várias políticas setoriais, entre as quais deve figurar uma política turística. Kraft citado por Fúster

(1991) analisa a intervenção da política no campo do turismo, determinando quatro períodos distintos no tempo e no espaço.

O primeiro, se caracterizou pela ausência de intervencionismo. Foi denominado de período de inter-ajuda profissional, estendendo-se ao final do século XIX. O segundo foi caracterizado pela propaganda, correspondente aos anos anteriores à primeira guerra mundial. Surge aí a consciência do valor do turismo e realizam-se os primeiros estudos estatísticos, passou-se fazer sentir a necessidade de estabelecer competências e a insuficiência de meios das empresas privadas. O Estado, então, lança-se no campo da propaganda. O terceiro período ocorre depois da primeira guerra mundial, denominado protecionista, a partir do qual a crise econômica obriga o Estado a preservar a riqueza turística, aqui aparecem às organizações governamentais e o turismo se transforma em preocupação e, atividade pública e organizações privadas passam a centralizar suas ações na defesa de seus interesses, solicitando a intervenção do Estado nesta defesa. O quarto período se constitui a partir da segunda guerra mundial, denominado de adaptação, constitui-se num período de análise e estabelecimento das tendências do turismo moderno. Aqui a política se caracteriza por entrar em uma fase criadora, dinâmica e revigorada pelo retorno a um regime mais liberal, pelos investimentos em equipamentos e pelas medidas facilitadoras das viagens. Um quinto período foi visualizado e denominado por Fúster (1991), o período do planejamento. Esses períodos marcam, não de maneira estagnada, a evolução do processo de intervenção da política estatal no turismo que apresentam três características principais: âmbito coletivo, que afetam a totalidade de um determinado setor; envolvem o planejamento de medidas, com intervenções ordenadas e repetidas; são ações orientadas para os fins de ordem econômica do país – pleno emprego, medidas anticíclicas, melhor distribuição de benefícios, dentre outras.

Entretanto, sabe-se que a política turística não deverá constituir-se, única e exclusivamente, de um caráter político-econômico. Por sua vez, uma política turística deve compor-se de uma política turístico-cultural e de uma política turístico-social, haja vista que no turismo, os aspectos culturais e sociais assumem, dentre outras, a função ativa de insumos básicos diretos e indiretos, geradores de divisas e não, exclusivamente, geradores de despesas.

Deste modo, o turismo como setor produtivo de extrema complexidade e de complexa interação com outros setores, necessita ser alvo de uma política turística geral que, de maneira integrada e sincronizada, apresente o conjunto de fatores condicionantes e de diretrizes básicas que expressem os caminhos para atingir os objetivos globais para o turismo no país; determine prioridades da ação executiva, supletiva ou assistencial do Estado e facilite o planejamento das empresas do setor, permitindo a todos os envolvidos no fazer e no praticar turismo a satisfação justa de seus interesses e necessidades, de forma

que a atividade turística contribua para a dignificação, a tranquilidade e o equilíbrio da vida nacional através das seguintes políticas (FÚSTER, 1991; BENI, 1998):

- Políticas turístico-econômicas: que determinem as atividades suscetíveis de receber o efetivo apoio estatal; ativem e dinamizem os empreendimentos do trade, do comércio, da produção especializada e artesanal e quaisquer outras iniciativas válidas para o setor, privadas ou públicas, permitindo um benefício justo para os investidores;

- Políticas turístico-culturais: que condicionem a preservação do patrimônio artístico, histórico, documental e paisagístico, articulando os órgãos e as entidades ligadas ao turismo com as organizações públicas e privadas, na conservação dos recursos naturais renováveis e dos valores culturais nacionais; limitem e ordenem a utilização dos espaços naturais e culturais de forma a reduzir ao mínimo a interferência do turismo nas atividades sociais, manifestações culturais e praticas cotidianas existentes ; eduquem os visitantes para a prática do turismo, regradando-lhes a ações e impondo-lhes sanções; conscientizem, preparem e eduquem os anfitriões de forma a fazerem-se respeitar e a respeitarem o turista, sob pena de serem, também, passíveis de sanções;

- Políticas turístico-sociais: que assegurem à sociedade anfitriã a extensão dos benefícios infra-estruturais básicos introduzidos em função do turismo; determinem o retorno de parte do gasto turístico para o investimento em obras sociais que promovam a existência cidadã da população local; minimizem os efeitos sazonais do turismo; garantam a inserção da comunidade no processo de geração e retenção da renda proveniente da atividade turística; coíbam a especulação imobiliária e a inflação por turismo; fomentem o turismo social como um direito, como um caminho para promover o conhecimento, a unidade e o amor à pátria.

Nesse sentido, Oliveira (2001) denota que o turismo não pode se organizar e se desenvolver sem que haja planejamento e definição de políticas e objetivos a serem alcançados. Na verdade, as ações baseadas no imediatismo e na descontinuidade devem ser substituídas por um processo sistêmico de desenvolvimento turístico, fundamentado em concretas e efetivas ações articuladas de forma a priorizar o importante e o necessário. Os recursos turísticos, assim, passam a ser preparados de forma pré-determinada, adotando-se medidas de planejamento e de gestão que valorizem os recursos intrínsecos à localidade e contemplem a finalidade de promover um desenvolvimento sustentado.

A tendência presente no cenário econômico é a globalização e a competitividade, que não se restringem apenas no campo empresarial, mas que se reflete também, no caso do turismo, nos produtos, equipamentos e destinos turísticos de cada região. Para que, a atividade possa enfrentar o desafio globalizante ocorre a necessidade de se conceber formas eficazes de organização, planejamento e gestão do sistema turístico. Visto que os governos, agências de desenvolvimento, organização financeiras, planejadores, conselhos

locais e outros grupos de interesse, que atuam no turismo, têm visto a atividade turística como uma forma de amenizar as dificuldades econômicas que enfrentam.

Assim, o planejamento afigura-se destaque, este pode ser considerado um processo e, por isso, comporta uma gama de ações. Planejamento local e regional não são necessariamente excludentes, ou seja, o planejamento regional não elimina a possibilidade de existência de planejamentos em escala local, desde que, naturalmente, estes sejam convergentes. Hall destaca que,

embora o planejamento não seja uma panacéia para todos os males, quando totalmente voltado para processos ele pode minimizar impactos potencialmente negativos, maximizar retornos econômicos nos destinos e, dessa forma, estimular uma resposta mais positiva por parte da comunidade hospedeira em relação ao turismo no longo prazo "(2001, p. 29).

O planejamento do turismo, portanto, seja de escala regional ou local, não se dá sobre um espaço "vazio", receptáculo puro e simples de ações, mas ao contrário, este planejamento se dá sobre um espaço histórico e socialmente construído, e que por isso deve ser um projeto também construído coletivamente e não apenas uma resposta a interesses particulares, de grupos sociais específicos.

Beni afirma que,

A administração do sistema de turismo entende-se como a criação de planos que envolvam os objetivos globais, o ambiente, a utilização de recursos e os componentes – é o processo de controle de seu rendimento. A administração é o único controle efetivo de que se dispõe para indicar as causas dos desajustes entre conjuntos de subsistemas em relação ao sistema global e determinar procedimentos de correção e de retorno ao equilíbrio, a fim de otimizar as relações entre funções e operadores. (1998, p. 46)

Beni (2003, p. 28) complementa que, até agora, na administração pública, não há uma correta análise do sistema total em função dos componentes reais. Por motivos históricos, a administração pública é dividida em departamentos, divisões, seções que, em geral, não têm importância para os verdadeiros componentes do sistema. Como consequência, a administração de grandes sistemas de governos de estados e cidades torna-se cada vez mais difícil a cada ano.

Além disso, a gestão do turismo, precisa preocupar-se com a preservação dos valores culturais, sociais, históricos, ambientais e, ainda, contar com o apoio da comunidade local e ao mesmo tempo administrar a dinâmica da oferta turística.

O equilíbrio entre a promoção do turismo e a preservação ambiental é fundamental e também se trata de um fator importante para o desenvolvimento da atividade turística de forma sustentável. A agressão ao meio – considerando-se uma visão integral, física e social

– pode trazer graves prejuízos para um núcleo turístico, na maioria das vezes irreversíveis. Portanto, as diretrizes do turismo sustentável são imprescindíveis na gestão do turismo. As principais diretrizes indicadas por Petrocchi (1998) são:

a) Preservação do meio ambiente – essa preocupação é visível na atualidade, em quase todos os países, embora muito ainda se necessite fazer. Em países como o Brasil, que possui oito mil quilômetros de litoral e uma natureza exuberante em ecossistemas como o da Amazônia e do Pantanal, entre vários outros, o meio ambiente é um expressivo atrativo turístico. O País já possui uma legislação específica para o meio ambiente, e o administrador do turismo deve estar atento à sua preservação, visto que é fundamental para o desenvolvimento das atividades turísticas.

b) Preservação e recuperação do meio urbano – este é um dos grandes desafios a ser enfrentado por países subdesenvolvidos e em desenvolvimento. A velocidade da urbanização em um país pobre traz o crescimento desordenado de suas cidades, baixa qualidade habitacional, carências generalizadas em infra-estrutura, falta de segurança pública, serviços deficientes, entre outros males. Tudo isso afeta de forma negativa o turismo, pois rebaixa ainda mais a qualidade de vida no local. Dentro dessa falta de planejamento urbano, os potenciais turísticos quase sempre sofrem sérias agressões. Favelas surgem à beira-mar, em locais que poderiam ser geradores de emprego e renda; pontes são construídas em locais inadequados, não prevendo atividades turísticas como a circulação de barcos e veleiros destinados a passeios; loteamentos e outras atividades especulativas da expansão imobiliária cerceiam de forma irremediável o turismo em algumas regiões do Brasil. Desta forma, qualquer trabalho em prol do turismo inicia-se pela recomposição, mínima que seja, do meio urbano e suas estruturas.

c) Formação profissional – é imprescindível oferecer serviços corretos e de boa qualidade ao visitante, com cortesia e profissionalismo, e isso não é possível sem um programa de formação profissional. É comum os pequenos empresários não atentarem para o treinamento de seus empregados. Se os empregados não entenderem a importância do cliente e não forem corretamente treinados para atendê-los, há o risco de frustrar o atendimento e, assim, proporcionar aos clientes uma avaliação negativa, que se propagará e passará a representar uma ameaça a todo o sistema.

d) Sensibilização e conscientização da população para a importância do turismo – este é, provavelmente, um dos pontos de fracasso do turismo no Brasil, uma vez que o país recebe apenas 0,3% do mercado internacional. A população, salvo exceções de algumas

localidades do País, ainda não se apercebeu da importância do turismo. O turismo depende diretamente da população, seja no aspecto da hospitalidade, seja no aspecto dos investimentos necessários, e infra-estrutura, segurança pública, de serviços, entre outros. Assim, o planejamento do turismo deve, também, passar por um programa de sensibilização e conscientização da sociedade para a atividade turística, como também os empresários do ramo devem se fazer mais presentes nas discussões políticas do município, e os estudantes e sindicatos devem ser esclarecidos sobre o turismo e o mercado de trabalho.

Nota-se a importância dos planos e planejamentos para a eficiente administração turística acompanhando a elaboração de políticas públicas, que reúnam objetivos, metas, diretrizes e estratégias claramente descritos. Assim, Ruschmann (1997, p. 159) denota que no turismo o planejamento deve “considerar as características e as singularidades regionais”.

Uma das heranças do espaço que interferem direta e incisivamente sobre o planejamento regional é a divisão político-administrativa do território, herança esta que, evidentemente não pode ser ignorada. O planejamento regional requer a abdicação, por parte dos poderes públicos municipais, de parte de seus projetos individuais em prol de um projeto coletivo, que exige a superação de vaidades pessoais e o desenvolvimento da capacidade de diálogo. Pode-se dizer também que o planejamento regional do turismo pode significar, para muitas municipalidades, a única possibilidade de inserção no seleto rol de lugares que conseguiram fazer do turismo um instrumento de seu desenvolvimento econômico e social, já que a presença de um atrativo ou de um conjunto de atrativos nem sempre é capaz de mobilizar fluxos de turistas, assim, os municípios, reunindo forças e seus recursos e planejando o turismo coletivamente têm muito mais chance de alcançar seus objetivos (CRUZ, 2006).

Vale lembrar, que existem diferentes tipos de tarefas administrativas e técnicas que os países, estados e municípios devem desenvolver e realizar em seu próprio âmbito, contudo para que estas sejam desempenhadas eficientemente é preciso uma distribuição inteligente de responsabilidades, que permita aos mesmos funcionarem como verdadeiros centros produtores de serviços turísticos.

Diante do que foi exposto e das necessidades político-administrativas que o turismo exige, o autor Boullón (2005) deixa claro que a América Latina ainda não amadureceu neste aspecto. Parte disso deve-se a centralização e concentração de poder nas grandes capitais ou nas cidades mais importantes, as quais cresceram ao absorver, devido a saturação das capitais, parte dos movimentos migratórios internos. E nesse sentido, como os planos são elaborados nesses centros urbanos, sua visão do restante do país acaba sendo incompleta, isso em atividades introduzidas recentemente, como o caso do turismo, a centralização envolve as decisões e determina o destino do setor como um todo. Ainda conforme o autor,

torna-se imperativa a atenção e a interação entre os órgãos oficiais ligados ao setor, para que estes passem a moldar a gestão do turismo intermediando e desenvolvendo parcerias com as demais instituições de interesse.

Um dos principais problemas que o encaminhamento oficial do setor turismo deve enfrentar é a administração de tarefas e responsabilidades entre os níveis de encaminhamento nacional, estadual (ou provincial) e municipal. Assim, pela complexidade que envolve a administração da atividade turística, necessário se torna o apoio de órgãos oficiais que venham a contribuir na eficiente atuação em termos de regulamentar, informar e promover o turismo num âmbito nacional (LAGE, 1991).

Andrade define os organismos oficiais do turismo como os que “operam em nome de países, regiões e locais por autoridade própria ou poder delegado, e sua atuação, prestígio e credibilidade muito depende a valorização da oferta e a qualificação da demanda” (1995, p. 205).

Assim, apesar do papel do Estado ser decisivo, não tem condições de ser ator e árbitro ao mesmo tempo. Para tanto, faz-se necessário que o Estado alie os seus esforços com a iniciativa privada. Uma das principais ações para o desenvolvimento do turismo é a adoção de infra-estrutura que, muitas vezes, é deficiente por ser demasiadamente onerosa e por que o Estado normalmente, tem recursos orçamentários escassos. O ideal é que então se faça uma gestão territorial participativa, com a intervenção da iniciativa privada, mediante parcerias e privatizações (BENI, 2002 apud FONSECA, 2006). Desta forma, diminui o papel do Estado no sentido operacional, mas não no controle de gestão, pois dificilmente haverá bom êxito se as áreas atuarem isoladamente.

Seguindo essa linha de raciocínio, Boullón (2005, p. 86-88) destaca, tendo base em seu estudo sobre realidade da América Latina, que as áreas de ação que os organismos do turismo devem atuar são:

- Informação – consiste na publicação e divulgação de dados referentes aos atrativos e serviços turísticos, sendo oferecida de forma direta ou indireta aos turistas;
- Facilitação – refere-se à orientação, regulamentos, acordos e qualquer outro tipo de medidas tomadas pelos organismos públicos destinadas a agilizar a entrada, deslocamento e saída dos turistas e seus equipamentos, bem como contribuir para aumentar o consumo dos serviços turísticos disponíveis;
- Promoção – compreende a publicidade, as relações públicas institucionais e a concorrência ou organização de eventos de comercialização para que os produtos turísticos sejam conhecidos e para apoiar as campanhas similares a cargo da iniciativa privada, a fim de estimular a demanda nos lugares de mercado emissor;

- Fomento de Investimentos – é constituído por estudos técnicos, pesquisas, publicações, regulamentos, isenções, créditos e qualquer tipo de disposições similares, elaboradas e estabelecidas pelo setor público para promover a participação do investimento privado no desenvolvimento do plano prestador de serviços turísticos;

- Controlador de serviços – é a realização e atualização do registro de prestadores de serviços turísticos, a categorização e hierarquização destes serviços e o controle do cumprimento das exigências que sejam adequadas em relação à qualidade que devem alcançar os serviços pertencentes a cada uma das categorias e posições hierárquicas estabelecidas;

- Capacitação - refere-se aos programas e ações pontuais destinados a identificar e satisfazer as necessidades de formar, aperfeiçoar ou especializar, num nível básico, médio ou superior, os funcionários, o pessoal e os empresários envolvidos no setor turístico;

- Assistência técnica – é o resultado da pesquisa de equipes especializadas pertencentes aos organismos oficiais, para resolver problemas técnicos concretos que afetam o funcionamento de algum setor da empresa privada ou alguma parte do espaço turístico, cujas organizações ou autoridades não estão em condições de enfrentar por sua própria conta, devido à falta de pessoal técnico necessário ou à incapacidade financeira para contratá-lo;

- Planejamento e pesquisa - estão diretamente vinculados à assistência técnica e são resultado do trabalho de equipes especializadas para definir metade desenvolvimento do setor e as estratégias, programas e ações que levam à sua execução. Compreende a pesquisa e a definição de medidas a explorar e preservar os atrativos turísticos, racionalizar o crescimento do plano turístico, programar eventos e atividades turísticas, promover o desenvolvimento harmonioso do espaço turístico e incrementar a demanda e as vendas;

- Administração de serviços – é o conjunto de ações oficiais orientadas para operar os serviços turísticos que dependem de sua jurisdição;

- Diversão – são os serviços públicos destinados à população local para o uso e gozo do seu tempo livre, que em alguns casos também podem ser aproveitados pelos turistas;

- Arrecadação – é o exercício das atribuições do setor público para estabelecer imposições, tributos, contraprestações e qualquer outro tipo de colocações do setor privado, com o objetivo de configurar os recursos econômicos do setor oficial.

Em suma, as áreas de ação dos organismos oficiais do turismo podem se apresentar, conforme a tabela 2:

Tabela 2 - Áreas de ação dos organismos oficiais de turismo

Vinculação	Áreas de ação
Turistas	Informação Facilitação Promoção
Iniciativa privada	Promoção Fomento de investimentos Controlador de serviços Capacitação Assistência técnica
Do organismo	Assistência técnica Planejamento e pesquisa Administração de serviços Diversão Arrecadação

Fonte: BOULLÓN, 2005, p. 86

As áreas de ação apresentadas consistem nos diferentes tipos de problemas que devem ser enfrentados pela direção do setor, salienta-se, que todas as áreas de ação são aplicáveis a diferentes tipos de centros turísticos que serão definidos de acordo com seu funcionamento.

1.5.1 A gestão do espaço turístico a partir do Município

Antes de tratar sobre a gestão do espaço turístico a partir do Município, convém destacar o termo Município, que é designado aos diferentes tipos de organizações políticas cuja função é administrar os interesses particulares de comunidades instaladas no território de um país (BOULLÓN, 2005). Para que se possa definir os diferentes tipos de Municípios os elementos – território e população - formam a base para esta análise.

Segundo o território ocupado, existem dois tipos de entidades municipais: 1) O município urbano e; 2) O departamento, região ou parte. O Município urbano é aquele que compreende a área construída de um aglomerado citadino, além de uma superfície adjacente reservada para sua ampliação ou crescimento, a soma destas duas partes é mais conhecida no Brasil como perímetro urbano. (BOULLÓN, 2005, p. 40). Os departamentos regiões ou partes são as parcelas que dividem os estados que integram um país. Cada uma delas contém, por sua vez, dois tipos de superfícies: as rurais e a urbanas.

A população é a variável mais freqüentemente considerada para estabelecer a categoria administrativa e a política de um Município.

Ao se referir especificamente aos Municípios turísticos, convém esclarecer que também estes podem ser rurais ou urbanos. Quando um Município turístico é rural sempre

existe um aglomerado urbano que atua como liderança do município e constitui-se na sede das autoridades políticas.

Um Município considerado núcleo receptivo de turismo surge paulatinamente pela afluência de correntes turísticas aceitas por qualquer atrativo – praia, clima, monumentos, etc. Esse Município sofre no transcorrer do tempo uma transformação, por isso, certos aspectos devem receber a devida atenção para que os problemas que tendem a ocorrer sejam sanados (MONTEJANO, 2001):

- 1) Espaços destinados a prestar serviços turísticos: praias (limpeza e condicionamento da evacuação de resíduos e de águas servidas); instalações esportivas (portos esportivos).
- 2) Espaços destinados à infra-estrutura de hospedagens e de restauração: solares destinados a hotéis, apartamentos, campings, restaurantes.
- 3) Meios de comunicação da população e serviços de transporte público.
- 4) Acesso e estacionamentos.
- 5) Fornecimentos de energia e água potável.
- 6) Evacuação de águas servidas e lixo.
- 7) Serviços de vigilância e proteção do cidadão.
- 8) Serviços de comunicação: telefones, correios, telégrafos.
- 9) Áreas verdes: parques e jardins.
- 10) Serviços para preservar o meio físico e ambiental contra a contaminação: fumaças, lixos, ruídos.

Segundo Boullón (2005, p. 83) uma comunidade equilibrada deve ser capaz de desenvolver uma superestrutura inteligente, cujo primeiro ato de comprometimento se manifesta na seleção de seus dirigentes, tanto do setor público como do privado. Convém ressaltar, que no momento de atuar, cada município deve encontrar sua própria forma de executar as suas tarefas, pois na realidade é muito difícil que um mesmo problema se manifeste da mesma maneira em duas ou mais ocasiões e que as soluções para um caso possam repetir-se identicamente em duas distintas realidades. A diversidade das formas em que se manifestam os problemas clássicos do desenvolvimento é o que justifica e torna necessário o planejamento. O setor público, assim, deve controlar a si próprio, a fim de não invadir áreas que devem ficar a cargo do setor privado.

Não é recomendável, portanto, que o setor público atue como proprietário e administrador de serviços turísticos que poderiam estar nas mãos da iniciativa privada. É possível que em muitas cidades que funcionam com centros administrativos e comerciais e como lugar de concentração dos serviços de educação e saúde, para satisfazer a

necessidades de sua própria população e a instalada em sua área de influência rural, que é onde se radicam as atividades produtivas, a função do município deva reduzir-se à prestação e administração destes e de outros serviços comunitários. Mas, em outros casos, muitas cidades que aderiram às políticas de promoção industrial instalaram parques industriais em seu plano urbano, graças aos quais aumentaram o nível de emprego e população e, ao aumentar seu orçamento fiscal por meio dos impostos, aperfeiçoaram os serviços e a infraestrutura comunitária.

Segundo Boullón,

todos aqueles municípios que cujas repartições de turismo contam com centenas de empregados, como os do outro extremo, que em certos momentos concentram em uma ou duas pessoas a atenção das exigências do setor, têm as mesmas necessidades técnicas. (2005, p. 100)

Assim, as cidades turísticas são semelhantes às cidades industriais, porque ambas são produtivas, mas se diferenciam destas em quatro aspectos (BOULLÓN, 2005, p. 110-112):

- Tendo em vista que o produto das cidades turísticas pertence ao setor terciário da economia, o tipo de construção que elas exigem é completamente diferente do das fábricas, pois muitos serviços em edifícios de escritórios e outros, como os restaurantes, às vezes funcionam em casas. Os hotéis, por sua vez, que são mais singulares, ocupam edifícios que, se foram bem projetados, integram-se facilmente aos demais edifícios da cidade.

- O turismo tende a se concentrar no centro das cidades e em muitos casos revitaliza estas áreas urbanas, enquanto a indústria se localiza em subúrbios.

- Como o custo de gerar um emprego no turismo é menos do que na indústria, e como estes empregos são terciários, enquanto os da indústria são secundários, nas cidades turísticas predominam os empregados e nas cidades industriais predominam os operários.

- O turismo goza de um certo privilégio, não apenas em relação à indústria, mas também aos demais setores da economia, uma vez que nas cidades turísticas o plano turístico coincide com os atrativos que são a matéria prima do turismo. Esta coincidência obrigatória cede às cidades turísticas uma vantagem teórica que as demais não possuem, pois nem todas as exploram adequadamente e algumas inclusive, a desconhecem. Quando se torna real é por que as cidades que têm o privilégio de conter em seu território ou em seu raio de influência, objetos urbanos ou paisagens naturais que chegam a categoria de atrativos, ressaltaram o valor destes lugares e propiciaram ao plano turístico um respeito ao caráter urbano do conjunto.

Independente da forma em que se materialize a estrutura a urbanização dos centros turísticos, as unidades produtivas devem ser planejadas e administradas como tais, com a certeza de que na medida em que a população de uma cidade turística aumenta a qualidade de seu ambiente e de seus serviços, sua eficiência também aumenta.

O impacto do turismo também se dá de forma significativa nos elementos geográfico-espaciais, podendo ter tanto repercussão positiva quanto negativa, especialmente se não existe um verdadeiro planejamento, disposição e controle por parte das Administrações Públicas sobre a arquitetura, o urbanismo e a ecologia, para se obter um turismo sustentável.

Conforme Montejano (2001) os efeitos da atividade turística têm repercussões nos seguintes âmbitos:

1) Efeitos sobre o meio físico geral - uma parte muito importante sobre a oferta turística apóia-se nos atrativos do meio físico, salvo o turismo de natureza urbano-cultural, a maior parte da demanda turística se atém, contudo, a atrativos heliotrópicos ou esportivos que as praias e as altas montanhas nevadas têm por seu objetivo recreativo. A máxima pressão antrópica exercida pelo turismo pode acabar com os próprios atrativos naturais;

2) Efeitos sobre as áreas de montanha – o desenvolvimento do turismo invernal com a criação de estações de esqui foi outra forma de impacto sobre o ecossistema das montanhas – poda de árvores, mudança de paisagem, alteração da flora e fauna, contaminação por resíduos – para criar a infra-estrutura correspondente: pistas, teleféricos;

3) Efeitos sobre assentamentos – devido à mobilidade da população ativa dedicada, direta ou indiretamente, a trabalhos do setor turístico.

4) Efeitos sobre o litoral – a freqüência turística nos litorais produz efeitos sobre o território e o meio ambiente em relação à contaminação de praias e águas com resíduos de alimentos, papéis, garrafas, latas. Sobre sua paisagem com crescimento desmedido e pouco harmônico de edificações.

5) Efeitos econômicos da atividade turística – a atividade turística faz mudar os sistemas e as atividades produtivas de zonas com possibilidades turísticas e que anteriormente se dedicavam a outras ocupações.

6) Efeitos das segundas residências – não apenas a mudança espacial se produz pela freqüência dos turistas, mas também o fenômeno da criação de segundas residências em áreas rurais ou costeiras para os próprios nacionais com a finalidade de fugir das grandes cidades nos períodos de férias ou festivos.

Os efeitos descritos a pouco demonstram que existe a necessidade do desenvolvimento partir do local, ou seja, visando a uma melhor qualidade de vida para a

população, respeitando o espaço, reduzindo assimetrias com vistas à preservação e também à mitigação dos espaços. Para isso deve-se cuidar para que o processo de desenvolvimento seja efetuado pela ótica do longo prazo e não pela do curto prazo (LEMOS, 2005), objetivando benefícios econômicos, socioculturais e ambientais duradouros e refletidos na comunidade local.

2 A REGIÃO DE ESTUDO - ROTA DOS TRIGAIS

Esta sessão visa a apresentar a região delimitada pela Rota dos Trigais, a fim de reconhecer suas características, buscaram-se informações em fontes secundárias, tais como: *sites* municipais, revistas, jornais e obras bibliográficas que contemplassem os diversos elementos econômicos, sociais, culturais e turísticos dos Municípios.

Nos últimos 50 anos, o turismo no Brasil veio galgando espaço e significância ante o cenário internacional (EXAME, 2007). O Estado do Rio Grande do Sul, por sua vez, seguiu o mesmo caminho, assim como a disseminação da atividade turística passou paulatinamente a valorizar os atrativos rurais e naturais, devido ao crescimento dos centros urbanos. Conforme já mencionado no presente estudo, a Região Turística Uva e Vinho constitui-se como uma das regiões turísticas mais procuradas no Estado pelos turistas. Isto se deve pela diversidade de opções no que se refere a atrativos que vão desde o cultural e histórico, ao natural e rural. Ante este cenário, as rotas começaram a despertar interesse, no Rio Grande do Sul, dentre as várias rotas existentes no Estado, destacam-se a Rota Romântica (Gramado e Canela), a Rota dos Vinhedos (Caxias do Sul e Bento Gonçalves) e a Rota Missões (Santo Ângelo, São Miguel das Missões e São Luiz Gonzaga). A Rota dos Trigais surge, portanto, como mais uma opção dentre as existentes na Região Uva e Vinho, esta, pretende beneficiar os Municípios que a integram através de mais uma forma de agregar desenvolvimento à região.

2.1 Caracterização da região

A região da Rota dos Trigais abrange os municípios de Casca, Marau, Passo Fundo, Santo Antônio do Palma e Vila Maria, situados na metade norte do Rio Grande do Sul, mais reconhecida como planalto médio gaúcho. Na figura 4, apresenta-se a constituição da região em relação ao estado do Rio Grande do Sul.

Os movimentos migratórios de formação desta região foram predominadas, principalmente, por imigrantes italianos e poloneses. O Município mais antigo, tomando por

base o ano de fundação, é Passo Fundo (1857), seguidO de Marau (1911), Casca (1954), Vila Maria (1988) e Santo Antonio do Palma, o Município mais novo (1992).

O clima desta região tem características subtropicais, muitas vezes apresentando temperaturas médias anuais inferiores às ocorridas nas demais regiões do estado.

Quanto à hidrografia, pode-se dizer, que a elevação do relevo pela Coxilha Geral do estado (Coxilha Grande do Albardão) e pelo seu dorso, que constitui o divisor das águas das importantes bacias hidrográficas do Uruguai e do Jacuí, faz com que arroios, sangas e rios tomem a direção dessas, embelezando a região pelas várias quedas de águas (MONTTOYA, 1999).



Figura 3 - Municípios que compõem a Rota dos Trigais
Fonte: Adaptado pela autora (IBGE, 2006).

Os solos apresentam uma declividade geral do oriente para o ocidente, sendo a região atravessada no mesmo sentido por uma elevação que forma sucessivas coxilhas e chapadões, com a tendência à declividade, a qual diminui à medida que toma direção para o oeste. Ao sul, verifica-se a presença de jazidas de basalto e, ao norte, de águas termais e minerais.

Ao analisar a evolução demográfica (MONTTOYA, 1999), nota-se que há cerca de 11 anos, a maioria da população já pertencia à área urbana (79,43%), esse panorama era

totalmente inverso até a década de 1970, quando 60,64% da população vivia no meio rural e apenas 39,36%, no urbano. Percebe-se que ocorreu, assim, uma transformação produtiva nesta região, predominantemente de produtos agropecuários, por comércio, serviços e produtos industriais (bens não duráveis por bens de capital), o que coincide com um fenômeno migratório do campo para a cidade. Apesar disso, o perfil econômico da região continua apresentando caráter agropecuarista, em virtude desse setor ter demonstrado uma expansão progressiva desde a década de 70, frente a variações menores nos outros setores.

Atualmente a população urbana ultrapassa significativamente a rural, representando, conforme dados da Fundação de Economia e Estatística (FEE, 2005), 92,6% da população total contra 7,4% da população rural, fato que se deve principalmente aos municípios de Passo Fundo e Marau que juntos detêm 93,5% da população total da região delimitada pela Rota dos Trigais, conforme pode ser verificado na tabela 3.

Tabela 3 - População Total da Rota dos Trigais (por município – classificação rural e urbana)

MUNICÍPIO	POPULAÇÃO TOTAL	POPULAÇÃO RURAL	POPULAÇÃO URBANA
Casca	8.478	3.854	4.624
Marau	31.371	5.039	26.332
Passo Fundo	178.472	3.971	174.501
Santo Antônio do Palma	2.054	1.517	537
Vila Maria	4.014	2.213	1.801
TOTAL	224.392	16.594	207.795

Fonte: FEE, 2005.

Passo Fundo é caracterizada como pólo regional (PREFEITURA..., 2007), na qual, concentra a maior população desta região com aproximadamente 180 mil habitantes, o que corresponde a 80% da população total da Rota dos Trigais, seguida por Marau com mais de 31 mil habitantes e pelas cidades de Casca, Vila Maria e Santo Antônio do Palma com menos de 10 mil habitantes.

Na agricultura, a região tem seu desenvolvimento influenciado positivamente por uma estrutura diversificada, fortes conexões entre indústria e agropecuária, com várias cadeias dominantes presentes (milho, soja, trigo, entre outras) e alta produtividade agrícola. As culturas permanentes, que consistem nas culturas de longa duração, que mais se destacam como base geradora de renda na região são: a maçã, a laranja, o pêssego e a uva, porém é a erva-mate que se mantém na liderança (MONTROYA, 1999). Já nas culturas temporárias, que consistem nas culturas de curta duração, conforme supracitado a produção de grãos é referência, o que indica o porquê da denominação região da produção pela divisão dos

Conselhos Regionais de Desenvolvimento (COREDES), que além dos cinco municípios que formam a região de estudo, abrangem outros 29 municípios.

Ao considerar a pecuária, a região galga destaque na produção de galos/ frangos/ frangos/ pintos, suínos e leite. O setor avícola atua com padrões e tecnologia das mais modernas, comportando grandes empresas exportadoras, tais como, Doux Frangosul em Passo Fundo e Perdigão em Marau empregando grande número de mão-de-obra. Devido à existência destas empresas e ainda à Universidade de Passo Fundo e à Embrapa Trigo, que oferecem boa estrutura de informação e conhecimento, ao Hospital São Vicente de Paulo (Passo Fundo) e demais hospitais, a região agrega fortes movimentos migratórios, principalmente internos e em direção aos centros urbanos.

Quanto à infra-estrutura, a região apresenta grande crescimento na demanda por energia. Em telecomunicações, apresenta densidade de telefonia fixa dentro das médias do Estado. Cerca de 90% da população está a menos de 5 quilômetros das vias principais de transportes, tendo apenas o município de Santo Antônio do Palma sem acesso pavimentado. A infra-estrutura de acesso – transporte da região, constitui-se em um sistema rodoviário básico, estruturada principalmente pela RS 324, utilizada para o escoamento da produção e para o fluxo de passageiros. O sistema de transporte aeroviário caracteriza-se pela presença do aeroporto Lauro Kurtz em Passo Fundo.

No que se refere ao Índice de Desenvolvimento Humano – IDH, a região apresenta alto desenvolvimento humano, haja vista que para o Relatório de Desenvolvimento Humano, existem três categorias de enquadramento (MONTROYA, 1999): baixo desenvolvimento humano, quando o IDH for menor que 0,500; médio desenvolvimento humano, para os valores entre 0,500 e 0,800; alto desenvolvimento humano, quando o índice for superior a 0,800. Conforme a tabela 2, dos cinco municípios da Rota, quatro possuem IDH – M (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal) acima de 0,800 e um com 0,793. Na tabela 2 podem ser verificados os índices dos municípios que formam a região delimitada pela Rota dos Trigais, bem como sua representatividade nacional.

Tabela 4 - Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH – M) dos municípios que compõe a Rota dos Trigais

Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) 2000

Município	UF	Esperança de vida ao nascer	Taxa de alfabetização de adultos	Taxa bruta de frequência escolar	Renda per capita	Índice de esperança de vida (IDHM-L)	Índice de educação (IDHM-E)	Índice de PIB (IDHM-R)	Índice de Des. Humano Municipal (IDH-M)	Ranking por UF	Ranking Nacional
Marau	RS	74,638	0,941	0,850	350,065	0,827	0,911	0,751	0,830	47	137
Casca	RS	74,638	0,934	0,828	373,469	0,827	0,899	0,761	0,829	49	142
Passo Fundo	RS	68,511	0,944	0,850	405,647	0,725	0,912	0,775	0,804	149	478
Vila Maria	RS	74,638	0,909	0,816	314,953	0,827	0,878	0,733	0,813	107	329
Santo Antônio do Palma	RS	74,288	0,900	0,788	250,871	0,821	0,862	0,695	0,793	200	728

Fonte: Pnud, 2007.

A alfabetização apresenta números consideráveis, o que mais contribuiu para evolução educacional foi a taxa bruta de frequência à escola, o crescimento dessa taxa foi proporcionalmente maior do que o aumento da alfabetização (PNUD, 2007). Incentivando este índice, a região conta, para o ensino técnico-profissionalizante, com as escolas do Senac (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial), Sebrae (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), Cefet (Centro Federal de Educação Tecnológica) e Senai (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), além das demais instituições particulares. Ainda contribuindo para a educação e o ensino desta região, a Universidade de Passo Fundo é a gestora no item educação de ensino superior, pós-graduação, ensino médio e alguns cursos técnicos, a região delimitada pela Rota dos Trigais conta ainda com outras instituições particulares de ensino superior de menor porte.

Nota-se que os Municípios de Marau e Casca são os que mais se destacam, através de seus índices, no *ranking* estadual e nacional apresentando IDH – M de 0,83 e 0,829 respectivamente, retratando, assim, as localidades com maior qualidade de vida na região da Rota dos Trigais.

Contribuem, para tanto, cerca de dez hospitais que atendem os Municípios da região, porém o pólo para o atendimento hospitalar é o Município de Passo Fundo, que conta com seis hospitais, incluindo o Hospital São Vicente de Paulo, referência no norte do estado.

Auxiliando o transporte de pacientes, praticamente, todos os municípios detêm o serviço de ambulância prestado pelas prefeituras.

Sumariamente, as características supracitadas da região delimitada pela Rota dos Trigais, contribuem para o reconhecimento dos aspectos básicos estruturais da mesma, além de levar ao significado da integração e complementaridade dos municípios no que se refere ao projeto turístico integrado da região.

2.2 A Rota dos Trigais

Rota Turística, segundo o Ministério do Turismo (2007) significa o percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada ou atribuída pela utilização turística. Para que a utilização turística se torne possível, ocorre a necessidade da existência de atrativos peculiares para que, então, a rota possa obter êxito na sua atividade turística.

A nomenclatura Rota dos Trigais, foi inspirada no amarelo dourado que predomina nas colinas desta região, onde ainda permanece viva a fé e a religiosidade, além de trazer em sua bagagem a marca da cultura e tradição, preserva usos e costumes dos descendentes de imigrantes italianos e poloneses, que contribuíram para a formação deste povo predominante, resultando numa diversidade de atrativos turísticos.

A Rota dos Trigais, consiste numa parceria firmada entre os municípios de Casca, Santo Antônio do Palma, Vila Maria, Marau, Passo Fundo e a Região Turística Uva e Vinho - Atuaserra (Associação da Serra Nordeste do Rio Grande do Sul). A Atuaserra (SERRA..., 2007), foi fundada em 25 de outubro de 1985, na Cidade de Caxias do Sul, entre suas ações estão a preocupação em planejar mecanismos que tragam o desenvolvimento sustentável para as localidades, em suas riquezas naturais e culturais. As atividades se fundamentam no conhecimento técnico do local, a criatividade, a compreensão da realidade como um todo, os recursos financeiros disponíveis e o envolvimento ativo da comunidade alvo, em todas as etapas do trabalho. Hoje, a Associação de Turismo da Serra Nordeste, coordena as ações de Desenvolvimento do Turismo Regional e a sustentabilidade das comunidades envolvidas, a manutenção da cultura e do ecossistema em potencial existente.

O lançamento da Rota dos Trigais ocorreu em Junho de 2006 na cidade de Casca durante a 1ª Expotur (Exposição de Turismo Regional), promovida pelo curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da UPF – Universidade de Passo Fundo – Campus de Casca. O projeto visa a agregar o roteiro turístico destes Municípios ao da serra gaúcha da Microrregião Uva e Vinho que, na verdade, já detinha os Municípios de Casca, Marau e Vila Maria em sua delimitação, que por sua vez, ficavam de certa forma isolados e vinham

trabalhando a atividade turística quase que individualmente. Com o projeto Rota dos Trigais, a Atuaserra junto com o poder público dos Municípios de Passo Fundo e Santo Antônio do Palma lançou a proposta da rota dos Municípios supracitados, sob uma ação turística em conjunto. A Atuaserra, por sua vez, buscaria especializar e auxiliar a nível técnico e estratégico os Municípios, mas a ação deveria partir dos mesmos.

Assim, deu-se a opção turística Rota dos Trigais, apostando, principalmente, em fomentar o turismo religioso e cultural. Mas, além dos atrativos religiosos e culturais, referenciais nos Municípios de Casca, Santo Antônio do Palma e Passo Fundo, outro tipo de atrativo está sendo considerado: os recursos naturais localizados nos Municípios de Marau e Vila Maria que já vêm apresentando demanda turística em quantidade significativa. Por isso, a importância da mescla de atrativos e recursos turísticos que constituem este projeto de roteiros integrados, onde cada município trabalha e fomenta seus atrativos, tendo em vista um objetivo comum, disseminar a Rota dos Trigais através da cultura do trigo e, como consequência, um Município vem suprir a deficiência do outro, tratando-se de um primeiro roteiro turístico regional incluindo os cinco municípios supracitados.

Para que a proposta venha viabilizar-se, além do poder público buscar oferecer a infraestrutura necessária à atividade turística, um dos objetivos, e aqui introduz-se alguns aspectos fundamentais ao desenvolvimento regional, é a viabilização e o incentivo ao pequeno empreendedor no que se refere, principalmente, à cultura do trigo, ações que já vêm sendo realizadas através do artesanato e a gastronomia buscando comprometer e inserir a comunidade local neste processo. Tais ações vem sendo desenvolvidas, especialmente devido ao apoio da Atuaserra, que possui parceria com o Sebrae (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)/ Senar (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural)/ Universidades/ Escola de Enologia/ Embrapa e outros, e acaba por fomentar os Programas de Turismo também no Meio Rural, Artesanato e Agronegócio, tais como: Embutidos, Laticínios, Frutas (conservas, doces, geléias, etc), Bebidas (vinhos, sucos de frutas variadas), Flores, Farináceos (massas, pães, biscoitos e bolachas, etc). No Núcleo de Turismo Rural, a Atuaserra vem atuando com as seguintes ações de apoio (SERRA GAÚCHA., 2007):

- Guias Especializados e prestadores de serviço
- Hospedagens Rurais (pousadas e hospedarias)
- Lazer (Parques)
- Pesca Recreativa Esportiva, Pesque e Pague.
- Rural Cultural e Rural
- Transportadoras Turísticas

- Agências de Turismo Receptivo
- Alimentação
- Artesanato
- Ecológico
- Condutores de Ecoturismo
- Eqüestre
- Esportivo

Desta forma, torna-se possível desenvolver o turismo de maneira mais focada e qualificada, além de incentivar a geração de novas oportunidades de negócios aliada à sustentabilidade ambiental, econômica e cultural, pois através da parceria da Atuaserra com a Rota dos Trigais será possível desenvolver:

- I- Avaliação das potencialidades existentes e possíveis de serem desenvolvidos;
- II- Capacitação das comunidades;
- III- Implementação e formatação dos produtos turísticos;
- IV- Comercialização e Marketing.

Assim, com base nas ações mencionadas, e nas reuniões comunitárias, poderá verificar-se as principais carências da região no que se refere ao turismo, definindo os setores a serem atendidos. Isto demonstra a importância desta parceria com o objetivo de desenvolver e trabalhar o produto turístico da Rota dos Trigais, que além de contemplar os recursos oferecidos pelos municípios visa, sobretudo, à conscientização, à capacitação e ao incentivo para o desenvolvimento da comunidade local.

Através da figura 4, é possível visualizar os municípios que compõem a Rota dos Trigais, identificados pelo círculo maior em vermelho, em relação aos municípios que se constituem na referência da Região Turística Uva e Vinho.

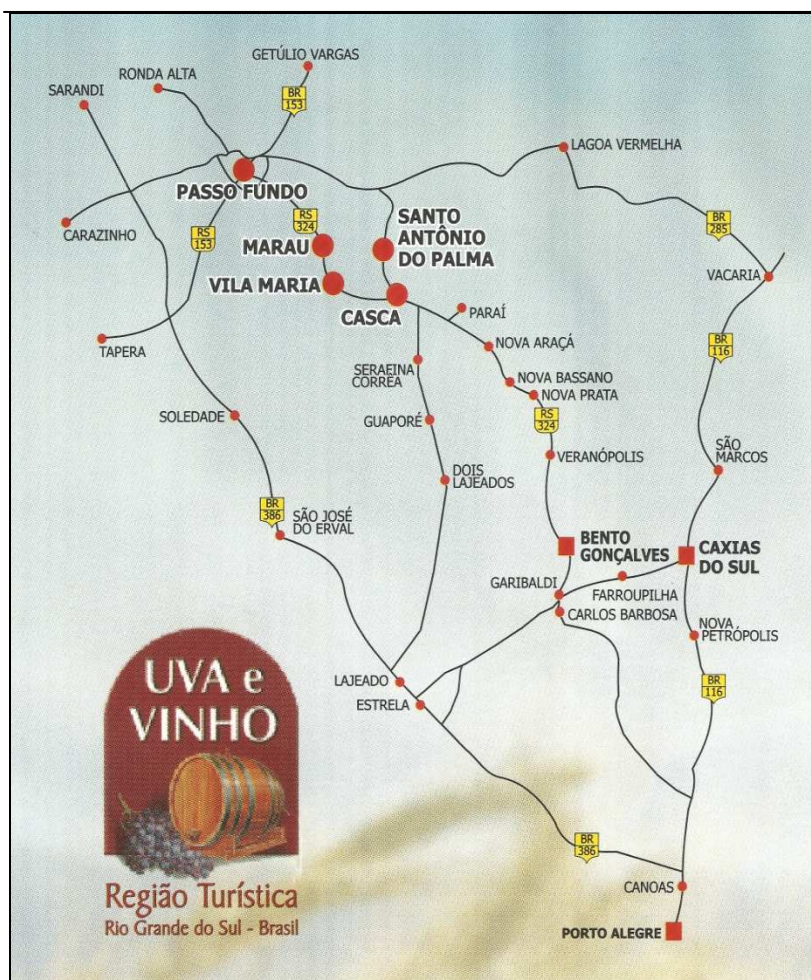


Figura 4 - Municípios integrantes da Rota dos Trigaes
 Fonte: Folder Rota dos Trigaes, 2007.

Já no que se refere às paisagens, o espaço natural da Rota dos Trigaes apresenta uma riqueza de nuances e mesclas de atrativos naturais como matas, cachoeiras, praças, além, é claro da referência da Rota, o amarelo dos trigaes que cobre as colinas em determinada época do ano. As videiras diminuem dando lugar aos trigaes que diversificam a economia, aliada à força de trabalho da população, fazendo um elo entre tradição e modernidade, apresentando farta gastronomia, tradicionalismo gaúcho, romarias e templos religiosos, arquitetura italiana e polonesa, produtos artesanais, literatura e eventos técnico-científicos e culturais, formando o produto turístico da Rota dos Trigaes, num contexto diversificado de saberes, de crenças e de hábitos peculiares.

2.3 Rota dos Trigais: caracterização dos municípios integrantes

Com o objetivo de elucidar e ressaltar as características históricas e turísticas dos Municípios que compõem a Rota dos Trigais apresentar-se-á na seqüência as peculiaridades de cada um, no que se refere à evolução histórica, formação, especialização produtiva, bem como, seus principais atrativos turísticos.

Conforme já tratado neste estudo, os Municípios que fazem parte da Rota dos Trigais, pertencem ao Corede Produção (Condepro). Os COREDEs - Conselhos Regionais de Desenvolvimento, foram criados oficialmente em outubro de 1994, consistem num fórum de discussão e decisão a respeito de políticas e ações que visam ao desenvolvimento regional. Seus principais objetivos são a promoção do desenvolvimento regional harmônico e sustentável; a integração dos recursos e das ações do governo na região; a melhoria da qualidade de vida da população; a distribuição eqüitativa da riqueza produzida; o estímulo a permanência do homem na sua região; e a preservação e a recuperação do meio ambiente.

O Corede Produção, é assim denominado por apresentar uma importância histórica na produção agropecuária, em especial, na produção de grãos, apresenta uma declividade geral do Oriente para o Ocidente, sendo atravessada por elevações que formam sucessivas coxilhas e chapadões. Com a finalidade de demonstrar as especializações produtivas de cada município, trouxemos, também, a contribuição destes em relação ao Condepro, assim como o número de estabelecimentos industriais, comerciais e prestadores de serviços de suas principais especializações.

Reconhecer e identificar as características de cada município se torna fundamental para também identificar a formação da Rota dos Trigais, suas diversidades, suas características em comum e sobretudo seu potencial turístico, para tal, o estudo abordará os atrativos turísticos que serão classificados seguindo os elementos do espaço urbano, abordados no referencial teórico por Lynch (1997) e Boullón (2002), e do espaço natural na análise das paisagens, também tratado por Boullón (2002). Contudo, ressalta-se que Lynch (1997) desenvolveu seu estudo tomando por base a área urbana de três cidades norte-americanas (Boston – Massachusetts, Jersey City – New Jersey e Los Angeles – Califórnia), o presente trabalho, porém, trata-los-á de forma sintetizada no âmbito turístico regional.

2.3.1 Município de Casca

A localidade onde se situa o município de Casca era, antes de sua formação, cortada por um arroio e composta de uma vasta vegetação. Dentre as árvores existentes havia o Araçá e o Guabijuzeiro, de cuja casca era extraída uma essência muito especial usada na curtição de couros. Como o povoado foi crescendo às margens deste arroio, passou a ser conhecido como São Luiz de Casca, numa relação com o padroeiro da igreja local.

A colônia de São Luiz de Casca foi fundada em 1890 por famílias procedentes de outras colônias mais velhas, povoadas por descendentes de poloneses e italianos. Os pioneiros vieram de Caxias do Sul, Bento Gonçalves, Garibaldi, Guaporé, Alfredo Chaves, Antônio Prado e Capoeira. A maioria destas famílias dedicou-se no princípio à agricultura, algumas delas, porém, puseram -se a explorar o comércio, carpintaria, serrarias e outras (PREFEITURA MUNICIPAL DE CASCA, 2007).

O Município foi criado pelo ato do então Governador do estado, Cel. Ernesto Dornelles em 15 de dezembro de 1954 através da lei estadual nº 2525. A instalação do Município ocorreu em 28 de fevereiro de 1955, na casa de Miguel Dors, que passou a ser a sede provisória por alguns anos.

Quanto à origem do nome "CASCA" se configuram duas hipóteses:

- a) extração de cascas de árvores com objetivos comerciais;
- b) o local de passagem de cavaleiros e carroceiros no riacho próximo à cidade, bastante liso e escorregadio, fácil de cair, que no dialeto italiano cair se traduz por "CASCAR".

O Município de Casca é constituído por uma área de 291 Km quadrados, localiza-se na encosta superior do nordeste, tem sua formação étnica composta de 71% de descendentes italianos, 22% de descendentes de poloneses e 7% de outras etnias.

Passa pelo Município a rodovia RS-324 no sentido leste-oeste, esta rodovia liga a sede do Município com as cidades de Nova Araçá, Nova Bassano e Nova Prata a leste, servindo de ligação entre o Município e a capital do estado, Porto Alegre. No sentido oeste permite o acesso às cidades de: Vila Maria, Marau, Passo Fundo, dentre outras. A RS-129 segue em direção ao sul até o Município de Roca Sales, passando por Serafina Corrêa, Guaporé e outras cidades, permitindo o acesso a Porto Alegre, através da BR-386, distante cerca de 238 Km da capital do estado (PREFEITURA MUNICIPAL DE CASCA, 2007).

Na Tabela 5, foram trazidos os principais setores que colaboram para a formação produtiva do Município em relação ao Condepro (Corede Produção).

Tabela 5 – Setores e produtos de maior especialização relativa de Casca

Produtos da pecuária	Valor da produção	% em relação à produção total do Corede
Galos, frangas, frangos e pintos	1.356.533	7,95%
Leite (mil litros)	17.079	6,70%
Suínos	28.425	10,12%
Produtos da agricultura permanente	Valor da produção	% em relação à produção total do Corede
Figo	7.500	14,59%
Produtos da agricultura temporária	Valor da produção	% em relação à produção total do Corede
Milho	33.000	6,24%
Sub-setores da indústria	Quantidade de trabalhadores	Quantidade de estabelecimentos
Fabricação de madeira laminada e de chapas de madeira compensadas	50	1
Extração de pedras, areia e argila	88	18
Fabricação de rações balanceadas para animais	46	2
Fabricação de tênis de qualquer material	56	1
Fabricação de esquadrias de metal	59	4
Fabricação de produtos de laticínios	43	2
Fabricação de calçados de outros materiais	57	6
Fabricação de artefatos diversos de plástico	30	1
Sub-setores de serviços	Quantidade de trabalhadores	Quantidade de estabelecimentos
Manutenção e reparação de veículos automotores	70	12
Outras atividades de serviços prestados, principalmente, às empresas	266	5
Com. de varejo e por atacado de peças e acessórios para veículos.	31	10
Outras atividades de ensino	21	4
Transporte rodoviário de cargas em geral	55	18
Com. a varejo de combustíveis	25	3
Com. varejista de artigos do vestuário e complementos	46	17
Com. varejista de outros produtos não especificados	36	20

Fonte: Resultados da Pesquisa a partir de RAIS 2005, Ministério do Trabalho e Emprego.

O Município de Casca caracteriza-se, ainda, por uma área rural bastante significativa, pois dos 8.478 habitantes, 45,4% encontram-se na área rural, o que se reflete quantitativamente, conforme a tabela 5, quando se trata da interligação da agropecuária, indústria e comércio. Nota-se que as principais atividades econômicas são ligadas à agricultura diversificada, predominando o cultivo de milho, suinocultura, avicultura e gado leiteiro. O setor industrial destaca-se pela exploração do basalto e diversidade de indústrias,

tais como: metalúrgica, calçadista, madeireira, plásticos, láctea, malhas e pela criação do Centro Regional de Terceirização de Serviços, representado pelos seus ateliês de costura. A infra-estrutura para a instalação de empresas industriais e agroindustriais localiza-se em três lugares: Distrito Industrial, Distrito Agroindustrial e Distrito Pólo de Malhas.

Esses dados conduzem para a afirmativa da existência, de uma cadeia bem homogênea entre os três setores produtivos do Município.

Ao considerar os atrativos turísticos, a primeira categoria de estudo de composição da oferta turística são os atrativos turísticos naturais. No Município de Casca, além do contato com a natureza, torna-se possível encontrar várias quedas d'água dispostas em ambientes tranquilos em meio à mata nativa localizada nos arredores do interior do Município, os atrativos tratados a seguir estão abertos à visitação.

A cascata Garganta dos Polacos que pode ser vista na figura 5, consiste numa das diversas cascatas existentes no Município, mostra que a natureza foi pródiga com o Município tornando-se local de lazer junto à natureza, trata-se de uma paisagem natural ainda preservada, que proporciona ao observador a ligação direta com os sentidos.



Figura 5 - Cascata Garganta dos Polacos
Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Casca, 2007.

Como segundo componente da oferta turística, chega-se aos atrativos turísticos culturais, em que se destaca o Museu da Família Besson, conforme se pode-se visualizar na figura 6. Além, da existência de um conjunto arquitetônico, composto por algumas casas inspiradas em estilo italiano, que por si só retratam histórias e personalidades do Município, ainda proporcionam um pouco da vivência da cultura italiana agregada a suas especialidades, como vinhos, massas, queijos e artesanato.

O Museu Família Besson, localizado na linha 21 Caravágio, é um marco de referência histórica e turística do Município.



Figura 6 - Museu da Família Besson

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Casca, 2007.

A Igreja Matriz São Luis (figura 7), dos demais atrativos é a única que está incluída no atual roteiro da Rota dos Trigais. Inspirada em estilo neogótico, conta com aproximadamente 80 anos e apresenta uma arquitetura que desperta atenção de quem vive ou passa pelo município. Construída pela comunidade, tendo com idealizador o Padre Aneto Bogni, vindo da Itália, da localidade de Lombardore em 1890. Foi inaugurada em 1929. Constitui-se, num dos chamados marcos, considerados por Boullón (2002) e Lynch (1997) “o uso dos marcos implica a escolha de um elemento dentre um conjunto de possibilidades, a principal característica física dessa classe é a singularidade, algum aspecto que seja único ou memorável no contexto” (LYNCH, 1997, p. 88).



Figura 7 - Igreja Matriz de Casca

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Casca, 2007.

Como equipamentos e serviços receptivos básicos, o Município está estruturado de forma a oferecer quatro alojamentos do tipo hoteleiro, contendo dois hotéis de pequeno porte que oferecem os serviços básicos de hotelaria.

Os serviços de alimentação são prestados por cerca de sete restaurantes todos concentrados no transcurso da Rs 324, além dos estabelecimentos do tipo bares e *fast food*.

Não se registra nenhuma agência de viagem e de Turismo no Município. Quanto ao equipamento e serviços de lazer que possam propiciar ao visitante opções de entretenimento, encontra-se a praça localizada no centro, clube social, e CTG.

Os demais equipamentos e serviços turísticos receptivos complementares referem-se à existência de bazares. Os serviços para a prestação de transporte turístico não foram encontrados no Município.

Para o acesso rodoviário ao Município de Casca, utilizam-se as rodovias RS 324 e RS 129. O Município conta com um terminal rodoviário intermunicipal de pequeno porte, com chegadas e saídas de ônibus da Capital do Estado, Caxias do Sul e das principais cidades vizinhas ao Município.

Casca possui com um jornal local de distribuição semanal, uma emissora de Rádio FM, caracterizando-se como rádio comunitária e um posto de correio.

2.3.2 Município de Marau

Em 1911 instalaram-se os primeiros colonos no local que hoje é conhecido como Marau. Em menos de um decênio, transformou-se em destaque pela produção agrícola e pela criação de suínos, juntamente com o comércio e a indústria. Marau, conta com a predominância de descendentes de imigrantes italianos que iniciaram o desenvolvimento comercial e industrial.

O Município deve seu nome à trágica história de um cacique, de nome Marau, que percorria as vastas selvas da Serra Geral em busca de alimentos, frente a índios Coroados. Estas excursões nem sempre foram pacíficas e há registros de saques às lavouras e mortandade de brancos. Por volta de 1840, grupo chefiado pelo cacique Marau, foi acusado de trucidar dois moradores da aldeia Passo Fundo das Missões, os índios foram perseguidos por uma escolta que atravessou o rio Capingüi e, às margens de um arroio, depois chamado de Mortandade, travou-se a primeira batalha.

Ainda no encaço dos índios fugitivos, a expedição prosseguiu em direção ao sudeste, exterminando o bando às margens de um rio maior. Esse batismo de sangue nomeou-o de rio marau e com o mesmo nome também passou a ser chamada a região adjacente, povoada por caboclos. Marau preserva em seu nome o passado indígena do Brasil e a memória das batalhas humanas pela ocupação de espaços, batalhas muitas vezes cruéis e quase sempre condenadas ao esquecimento. (Prefeitura..., 2007)

O Município, conta com clima temperado apresentando uma temperatura média de 18° C, seu território apresenta-se ondulado por coxilhas. Localiza-se a 269 Km da capital do estado, Porto Alegre, a 28 Km de Passo Fundo e a 190 Km de Caxias do Sul. Faz limite com os Municípios de Passo Fundo, Nicolau Vergueiro, Camargo, Santo Antônio do Palma, Vila Maria e Gentil.

Na tabela 6, pode-se observar como é constituído o setor produtivo do Município de Marau, contemplando pecuária, agricultura permanente e temporária com o valor da produção e a percentagem correspondente à participação da produção total do Condepro - Corede Produção. Na indústria e serviços são apresentados; a quantidade de colaboradores e o número de estabelecimentos que mais concentram esta mão-de-obra.

Tabela 6 - Setores e produtos de maior especialização relativa de Marau

Produtos da pecuária	Valor da produção	% em relação a produção total do Corede
Galos, frangas, frangos e pintos	3.750.772	21,99%
Leite (mil litros)	32.842	12,89%
Produtos da agricultura permanente	Valor da produção	% em relação a produção total do Corede
Noz	13.000	25,32%
Produtos da agricultura temporária	Valor da produção	% em relação a produção total do Corede
Aveia	9.267	32,95%
Soja	75.600	6,74%
Cevada	1.713	2,91%
Sub-setores da indústria	Trabalhadores	Estabelecimentos
Preparação de carne, banha e produtos de salsicharia	687	1
Fabric. de estruturas metálicas para edifícios, pontes, torres	436	4
Abate de aves e outros pequenos animais	3.164	1
Fabricação de rações balanceadas para animais	199	4
Metalurgia de outros metais não-ferrosos e suas ligas	45	1
Abate de reses, preparação de produtos de carne	783	2
Curtimento e outras preparações de couro	584	1
Fabrç. de máquinas e equipamentos para agricultura, avicultura	443	3
Obras de montagem	72	15
Fabrç. de máquinas, equipamentos e aparelhos para transporte	47	1
Sub-setores de serviços	Trabalhadores	Estabelecimentos
Limpeza urbana e esgoto e atividades relacionadas	258	2

(continua)

Comércio atacadista de resíduos e sucatas	82	2
Lavanderias e tinturarias	60	2
Crédito cooperativo	79	2
Serviços sociais sem alojamento	75	1
Com. atacadista de matérias primas agrícolas e produtos semi-acabados	92	10
Atividades de agencias de viagens e organizadores de viagem	32	8
Atividades de investigação, vigilância e segurança	241	2
Fornecimento de comida preparada	88	5
Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria	46	14
Com. varejista de equipamentos e materiais para escritório	65	13
Com. a varejo e por atacado de peças e acessórios para veículos	100	38
Com. varejista de moveis, artigos de iluminação e outros	49	11
Transporte rodoviário de cargas, em geral	216	62
Comércio a varejo de combustíveis	85	7
Comércio varejista de artigos do vestuário e complementos	158	60

Fonte: Resultados da Pesquisa a partir de RAIS 2005, Ministério do Trabalho e Emprego.

O Município de Marau, segundo a Fundação de Economia e Estatística (FEE, 2005), conta com uma população total de 31.371 habitantes sendo que, destes, a maioria se encontra na área urbana, cerca de 83,93%, conforme dados municipais estima-se que este número já tenha ultrapassado 32.000 habitantes em 2007. Apresenta IDH-M de 0,83 caracterizando-se com alto Índice de Desenvolvimento Humano em relação aos demais Municípios da Rota. O Município de Marau possui um forte setor industrial ligado à criação de galos, frangas, frangos e pintos, setor este que motiva o movimento cada vez maior da população do interior para a área urbana, pois apresenta uma forte ramificação para os demais setores, fortalecendo a economia municipal, bem como, as exportações, fato que se deve a presença significativa no setor de aves, pela presença da empresa Perdigão e algumas indústrias de metalurgia.

Em se tratando de Turismo, o Município de Marau trabalha principalmente com seus atrativos naturais, além dos demais aspectos culturais que vêm agregar o fortalecimento da atividade turística do Município.

Como atrativo natural, trabalhando o turismo de aventura e o ecoturismo, destaca-se o Ecoparque Taquari (figura 8) instalado em uma área de 25 hectares, localizado no distrito de Sede Independência, na área da Usina do Capingüi, a 15 km do centro de Passo Fundo e a 8 Km de Marau, às margens da RS 324. O ecoparque, em sua estrutura conta com, piscina, trilhas ecológicas, vestiários, cantina, quiosque, restaurante entre outras. No que tange ao turismo de aventura oferece uma variedade de esportes como *rapel*, *bóia-croos*, *tirolesas*, *caiaque*, *arvorismo*, *escaladas* e *trilhas ecológicas*.



Figura 8 - Ecoparque Taquari
Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Marau, 2007.

Os atrativos que compõem o patrimônio turístico cultural em Marau registram como elemento principal a presença da Igreja Matriz Cristo Rei que pode ser visualizada através da figura 9. A paróquia criada em 1920, chama atenção pela torre que foi construída em 1955. Localizada num ponto alto de excelente visualização para a cidade a matriz e a torre despertam a atenção por seu tamanho, história e significado. Trata-se do chamado Marco que segundo Boullón (2002) chama atenção pelo contraste, por se tratar em um elemento singular, que os próprios habitantes lembram e indicam como referencial. O poder público do Município vem planejando instalar junto à torre um posto de informações turísticas além de abrir acesso ao interior da torre para visualização geral do mesmo e seus arredores. Ação que ao ser implantada incentivará a atividade turística que contará com mais um equipamento de apoio e um ponto de interesse turístico.



Figura 9 - Igreja Matriz Cristo Rei
Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Marau, 2007.

Junto à Matriz e à torre do relógio está situada a Praça Central Elpídio Fialho, como mostra a figura 10. Atrativo que passou a despertar a atenção após sua remodelação por

apresentar uma arquitetura moderna, como o próprio poder público denota que consiste no “novo cartão postal de Marau” (PREFEITURA..., 2007). A praça central de Marau (RS) tornou-se então um atrativo turístico de arquitetura arrojada, além de constituir-se num ponto de encontro e referência para quem passa pela cidade. Tratam-se, dos logradouros de Boullón (2002) ou pontos nodais de Lynch (1997). “As praças são áreas nítidas, relativamente pequenas diante da superfície total de uma cidade, mas muito importantes na formação da paisagem turística da mesma” (BOULLÓN, 2002, p. 196).



Figura 10 - Praça Central Elpídio Fialho
Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Marau, 2007.

Além destes, destaca-se também o Parque Municipal de Marau, um local de encontros e descanso aliado a natureza. O pôr-do-sol no parque municipal de Marau (RS), por possuir uma localização privilegiada, proporciona aos olhos os reflexos avermelhados da luz do sol nos campos (figura 11). Com o passar das horas a paisagem não se constitui de igual forma e o sol à contraluz vai aos poucos se pondo deixando reflexos de luz e sombra por entre árvores e plantas. Além deste atributo natural, o parque municipal constitui-se num ponto de encontros e festividades realizadas pelo município, tais como, rodeio crioulo, expomarau, motocross, jeepcross e veloterra. Caracteriza-se como um ponto nodal ou logradouro conforme Lynch (1997) e Boullón (2002) respectivamente. “No caso de um parque (...), a visitação turística requer percursos planejados que devem estar bem programados e sinalizados, primeiro para evitar que o turista se perca e depois para assegurar que ele veja seus pontos mais importantes” (BOULLÓN, 2002, p. 196).



Figura 11 - Parque municipal de Marau
Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Marau, 2007.

Em relação aos principais eventos, ressalta-se o Rodeio Crioulo e a Expomarau, eventos em que o Município recebe visitantes de diversas localidades do Brasil para conhecer o que a população produz (Comércio, indústria, agropecuária, prestação de serviços) sua cultura e valores inspirados na cultura italiana.

Como equipamentos e serviços básicos, o Município está estruturado com três hotéis, que oferecem pernoite, café da manhã, sala para reuniões, entre outros. Os serviços de alimentação são prestados por cerca de oito estabelecimentos incluindo restaurantes, churrascarias, pizzarias e outros de menor porte do tipo *fast food*.

O Município conta com aproximadamente cinco Agências de Viagens, operando com o Turismo emissivo e transporte turístico. Quanto aos equipamentos e serviços de lazer que oferecem aos visitantes opções de entretenimento, encontra-se a Praça Central, o Parque Municipal, os clubes sociais e recreativos além dos CTGs da cidade.

Os demais equipamentos e serviços turísticos receptivos complementares, tais como o comércio turístico, focam a existência da Casa do Artesão, especialmente montada para a venda de artesanato local.

O sistema de informações turísticas é prestado pela Secretaria Municipal do Planejamento pela Coordenadoria do Turismo, no horário de funcionamento da Prefeitura.

O sistema de acesso rodoviário ao Município de Marau se dá pela rodovia RS 324, conta ainda com um terminal rodoviário intermunicipal, com chegadas e saídas de ônibus da Capital do estado e das principais cidades vizinhas do Município e os distritos do interior.

Em Marau, funcionam três emissoras de rádio, sendo duas FM e uma AM, um jornal bissemanal de circulação local, além dos demais jornais de circulação estadual Correio do Povo e Zero Hora e o posto do correio.

2.3.3 Município de Passo Fundo

No século XVII, a região onde hoje se localiza Passo Fundo fazia parte da redução jesuítica de São João Batista que era então o núcleo mais oriental das missões jesuíticas, sob o domínio espanhol. Os ervais nativos e a pecuária traziam à produção notável prosperidade. Não tardou, porém, que tal prosperidade fosse interrompida pelos repetidos ataques dos bandeirantes paulistas em busca de índios para o trabalho escravo. Contudo, o local tornou-se passagem obrigatória de tropeiros que, procedentes da fronteira sul, dirigiam-se para São Paulo, então o maior centro comercial de gado (BATISTELLA; KNACK, 2007).

Com a fazenda de Manuel José das Neves se inicia o povoamento, logo aumentado por elementos vindos de São Paulo e Paraná. A povoação, consagrada à N.Sra. Conceição Aparecida, em 1847 foi elevada à categoria de freguesia. Em 1857, criou-se o Município de Passo Fundo com a área total de 24.802 km quadrados, contando já com uma população de 8.208 habitantes dos quais 1.692 eram escravos.

Era uma passagem afundada no rio Jacuí, perto desta cidade. Passo Fundo, conservando o batismo que lhe foi dado pelos índios colorados, é chamado primeiramente de GOYO-EM, palavra composta que na língua dos mesmos significa muita água, rio fundo e, portanto, por analogia, se pode também traduzir por Passo Fundo. Remonta o nome desta cidade aos velhos dias em que, para evitar a volta e demais inconvenientes da antiga estrada por Viamão e Santo Antônio da Patrulha, os tropeiros entraram pela campanha, ainda deserta, fazendo o trajeto da viagem do sul riograndense para São Paulo e vice-versa, passando por Passo Fundo. Ao vão que hoje se chama Passo, estendeu-se o nome ao rio respectivo e ao lugar da cidade, originada muito depois em pequeno núcleo de moradores formado junto à estrada, no centro da atual Avenida Brasil e que para não se confundir com outro Passo Fundo situado pouco aquém do local em que posteriormente surgiu a Vila de Lagoa Vermelha, era chamado Passo Fundo de Missões, denominação com a qual aparece ainda em 1856 em documentos públicos.

Como decorre de trabalhos históricos referentes às Missões Orientais do Uruguai em cujo território está situado o Município, o rio que assim foi denominado Passo Fundo é o mesmo Uruguai – mirim do tempo dos Jesuítas. O rio Passo Fundo foi sempre um marco referencial importante para a passagem dos tropeiros que abriram esse novo caminho para encurtar o trajeto até a feira de Sorocaba e de lá às Minas Gerais. Assim, esse novo caminho uniu a região das Missões ao centro do País (KUJAWA, 1998).

Atualmente, Passo Fundo é reconhecida como pólo na região Norte do estado, possui clima temperado com características Subtropical Úmido, com área aproximada de 758 Km

quadrados. Possui localização estratégica, no caminho entre o sul do estado e o centro do país, tornando-se referência logística e comercial. Além de comportar seis instituições de ensino superior (uma universidade e cinco faculdades), seis hospitais (um de grande porte e outros seis de médio porte) recebendo demanda não só do Rio Grande do Sul, mas dos estados de Santa Catarina e Paraná. Aliam-se, ainda, indústrias de vários segmentos, prestação de serviços, como hotelaria, transportes, alimentação, suprimentos e comunicação, e vôos diários para São Paulo através do aeroporto Lauro Kurtz. (PREFEITURA MUNICIPAL DE PASSO FUNDO..., 2007).

Considerada a "Capital do Planalto Médio", Passo Fundo é uma das maiores cidades do Rio Grande do Sul e também uma das mais densas, concentrando um grande número de edifícios. É também considerada em um centro de atendimento em saúde contando com um dos mais modernos centros médicos do sul do Brasil. O Hospital São Vicente de Paulo (HSVP) conta com o 3º maior e mais moderno centro de Radiologia e Radioterapia do sul Brasileiro. Possui, também, o único Banco de Tecido Ósseo do Rio Grande do Sul. A cidade é considerada pólo emergente em produção de software. Em 2008, recebeu as instalações da maior indústria de Biodiesel da América Latina, a BSBios.

Conta com uma importante produção de grãos auferindo destaque na indústria e, principalmente, no comércio e serviços. Conta com uma população total de 178.472 habitantes, sendo que 97,77% encontram-se na área urbana. A rede de transportes do Corede Produção (Rumos 2015), detém Passo Fundo como centro, por onde passam várias vias principais de acesso aos municípios regionais e ao restante do estado. Faz limites com os municípios de Pontão e Coxilha a norte, Mato Castelhano a leste, Marau a sul, Ernestina e Santo Antônio do Planalto a sudoeste e Carazinho a oeste.

No que tange a ferrovias, Passo Fundo também se caracteriza-se como centro que ruma a Erechim ao norte, Cruz Alta ao oeste e a Porto Alegre caracterizando-se como de alta concentração de cargas em direção a Porto Alegre e às cidades do centro do estado: Santa Maria, Cruz Alta e Uruguaiana.

Tabela 7 - Setores e produtos de maior especialização relativa de Passo Fundo

Produtos da pecuária	Valor da produção	% em relação a produção total do Corede
Bubalino	1.287	73.00%
Leite (Mil litros)	20.539	8.06%
Galos, Frangas, Frangos e Pintos	715.770	4.20%
Produtos da agricultura permanente	Valor da produção	% em relação a produção total do Corede
Pêra	100	15.80%
Caqui	183	18.51%
Marmelo	2	100.00%
Produtos da agricultura temporária	Valor da produção	% em relação a produção total do Corede
Aveia	3.800	13.51%
Cevada	5.546	9.43%
Amendoim	3.167	13.39%
Centeio	43	12.12%
Soja	89.243	7.96%
Trigo	12.603	4.22%
Sub-setores da indústria	Trabalhadores	Estabelecimentos
Fabricação de embalagens metálicas	260	1
Engarrafamento e gaseificação de águas minerais	112	1
Fabricação de aparelhos e utensílios para sinalização	81	1
Fabric. de máquinas e equipamentos para agricultura, avicultura	1.695	24
Fabricação de colchões	161	1
Recondicionamento ou recuperação de motores para veículos	70	4
Abate de aves e outros pequenos animais	3.262	4
Produção de óleos vegetais em bruto	156	3
Fabricação de peças fundidas de ferro e aço	211	5
Fabric. de artefatos diversos de madeira, palha, cortiça e material	73	5
Confecção de roupas profissionais	28	3
Fabricação de esquadrias de metal	76	24
Instalações elétricas	60	3
Edição e impressão de outros produtos gráficos	68	10
Fabricação de acessórios do vestuário	19	5
Sub-setores de serviços	Trabalhadores	Estabelecimentos
Educação superior - Pós-Graduação e Extensão	2.221	1
Pesquisa e desenvolvimento das ciências físicas e naturais	218	2
Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria	88	3
Outras atividades de concessão de crédito	93	17
Com. atacadista de outros produtos alimentícios	415	43
Caixas econômicas	253	5
Com. varejista de balas, bombons e semelhantes	51	9
Atividades de outros profissionais da área de saúde	169	84
Sociedades de credito, financiamento e investimento	25	2
Atividades de atendimento hospitalar	2.938	11
Comércio atacadista de bebidas	170	8
Com. varejista de outros produtos alimentícios não - especificados	219	71
Comércio a varejo e por atacado de veículos automotores	476	50
Comércio atacadista de combustíveis	90	11
Com. varejista de equipamentos e materiais para escritório	426	119
Com. varejista de outros produtos não especificados	1.148	323
Incorporação e compra e venda de imóveis	78	13
Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria	260	56

		(continua)
Seguros não-vida	24	6
Comércio atacadista de carnes e produtos da carne	62	4
Projeção de filmes e de vídeos	20	2
Com. varejista de mercadorias em geral	280	9
Atividades de organizações religiosas	245	33
Atividades desportivas	209	19
Comércio varejista de artigos do vestuário e complementos	1.193	287
Cabeleireiros e outros tratamentos de beleza	30	11
Condomínios prediais	744	318
Estabelecimentos hoteleiros	343	25
Representantes comerciais e agentes do comércio de mercadorias	46	9
Com. atacadista de maquinas, aparelhos e equipamentos	23	5
Atividades de radio	140	4
Com. atacadista de produtos farmacêuticos, médicos, ortopedistas	85	13

Fonte: Resultados da Pesquisa a partir de RAIS 2005, Ministério do Trabalho e Emprego.

Na pecuária, ressalta-se a produção de bubalino que corresponde a 73% da produção total do corede. A produção de galos, frangas, frangos e pintos, apresenta maior valor da produção 715.770. No que se refere à agricultura temporária, o maior destaque em valor da produção é para o cultivo da soja 89.243. A boa estrutura de informação e conhecimento, em função da presença da Universidade de Passo Fundo (UPF), EMBRAPA – trigo e 1 pólo tecnológico, resulta na alta aderência da estrutura tecnológica à economia regional. O pólo de modernização tecnológica ligada à UPF proporciona treinamentos em agroindústria e pesquisas impulsionando as cadeias agroindustriais existentes no município e arredores.

Passo Fundo destaca-se também por suas transações internacionais, onde demonstra um crescimento cada vez maior no número de exportações, pode-se identificar que as cadeias agroindustriais que envolvem a produção de grãos e pecuária estão presentes nas exportações fortalecendo cada vez pesquisas de qualidade a fim de suprir a crescente .

Em relação aos atrativos naturais, em Passo Fundo é possível encontrar o Complexo Turístico da Roselândia, visto pela figura 12, que está localizado na zona sul de Passo Fundo, junto ao distrito de São Roque, uma região coberta de vegetação nativa, com declives acentuados, onde se encontra uma cachoeira formada pelo riacho Paiol da Telha. O nome Roselândia foi dado pelo proprietário dessa área que em 1970 iniciou o cultivo de rosas no local. O complexo compreende várias sedes campestres de clubes sociais da cidade, kartódromo, hipódromo, *motocrosss*, centro hípico e o Parque de Rodeios. O complexo é situado numa área que foi moldada pelo homem, mas que apresenta uma paisagem natural ainda preservada em suas árvores silvestres, quedas de águas, flores e muito verde que são intercaladas por áreas recreativas dos clubes sociais da cidade.



Figura 12 - Complexo turístico da Roselândia
 Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Passo Fundo, 2007.

Quanto aos atrativos culturais, pode-se citar o conjunto arquitetônico edificado que conta com Museu, Teatro e Academia de Letras conhecido como Complexo cultural localizado no centro da cidade. Destacam -se na função religiosa 3 prédios: a Catedral Nossa Senhora Aparecida, a Matriz Nossa Senhora da Conceição e o Santuário Nossa Senhora Aparecida.

A catedral Nossa Senhora Aparecida apresentada na figura 13, foi construída no topo de uma coxilha em 23 de agosto de 1834. Em 1885 encontrava-se em ruínas, sendo então reconstruída e reinaugurada em 10 de setembro de 1949, passando a se chamar Catedral Nossa Senhora Aparecida. Em 1955, a antiga catedral foi ampliada e hoje conta com 2787 m quadrados de área construída. Sua decoração interior possui quatorze mosaicos de vidro colorido que retratam as passagens da Via Dolorosa. O artista polonês Arysarch Kaszrwich executou os painéis de nascimento e a ressurreição de Cristo e o Pentecostes. A fachada externa possui quatro estátuas representando os quatro evangelistas Mateus, Marcos, Lucas e João. Suas torres são inspiradas em estilo grego-coríntio-romano que guardam quatro sinos ao total. Caracteriza-se como um dos marcos da cidade abordados por Lynch (1997) e Boullón, “são objetos, artefatos urbanos ou edifícios que, pela dimensão ou qualidade de sua forma, destacam-se do resto e atuam como pontos de referência exteriores ao observador” (2002, p. 197).



Figura 13 - Catedral Nossa Senhora Aparecida
Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Passo Fundo, 2007.

Localizada em frente à Catedral está a praça Marechal Floriano mais conhecida como a praça da cuia, conta com muitas árvores, flores, um lago artificial e a Cuia de Passo Fundo ao centro, que é caracterizada como símbolo da cidade, conforme figura 14. A praça ainda abriga vários monumentos como do ex-prefeito César Santos, de Getúlio Vargas, Túlio Fontoura e Múcio de Castro. Trata-se de um logradouro, que conforme Boullón “são os espaços abertos ou cobertos de uso público, em que o turista pode entrar e que pode percorrer livremente” (2002, p. 196) ou que para Lynch representa um ponto nodal “(...) pontos, lugares estratégicos de uma cidade através dos quais o observador pode entrar, são focos intensivos para os quais ou a partir dos quais ele se locomove” (1997, p. 52).



Figura 14 - Praça Marechal Floriano (Praça da Cuiá)
Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Marau, 2007.

Passo Fundo também possui um mini-zoológico, criando em 1992 no campus um da UPF, o mini-zoológico é cercado por uma ampla área arborizada e um lago, possui várias espécies nativas entre mamíferos, répteis e aves. Está sob a responsabilidade do Instituto de Ciências Biológicas (ICB) e serve como centro de pesquisa e preservação. Caracteriza-se, também como logradouro (BOULLÓN, 2002) ou ponto nodal (LYNCH, 1997).

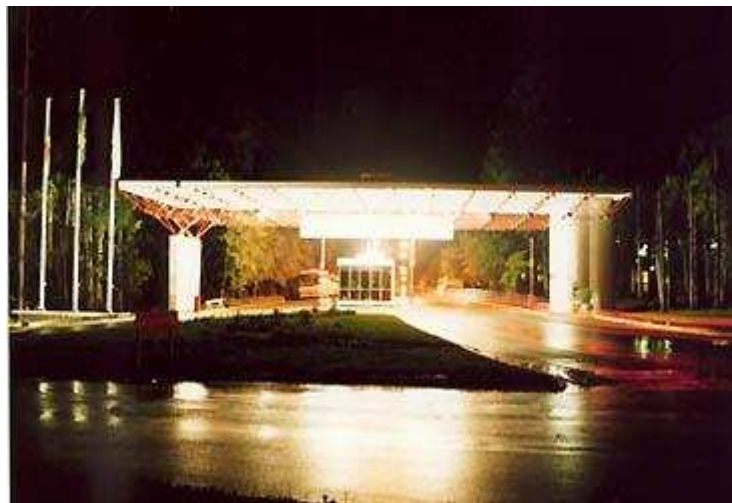


Figura 15 - Minizoológico – UPF
Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Passo Fundo, 2007.

No que se refere aos legados do tipo esculturas, pinturas, monumentos, estátuas e painéis, registra-se as obras localizadas junto as praças da cidade, nos logradouros e trevos, destacando-se o Monumento do Teixeirinha (Victor Matheus Teixeira, cantor regionalista). Localizada na Av. Brasil, a escultura feita com sucatas e metais diversos, resulta num conjunto arquitetônico realizado pelo artista plástico Paulo Siqueira. O monumento referenciado na figura 16 representa um gaúcho que simboliza o cancionista Victor Mateus Teixeira (Teixeirinha), que levou o nome de Passo Fundo além fronteiras com a música “Gaúcho de Passo Fundo” (PREFEITURA MUNICIPAL DE PASSO FUNDO, 2007). A praça caracteriza-se como um marco, diferente da Praça Marechal Floriano que se constitui num logradouro. Esta diferença se dá pelo fato da Praça do Teixeirinha, não apresentar grande extensão e por possuir o monumento do Teixeirinha como ponto de referência. “Coisas muito diferentes funcionam como marcos (...) alguns monumentos se destacam pela qualidade escultória e a excelente localização” (BOULLÓN, 2002, p. 200).



Figura 16 - Praça do Teixeirinha

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Passo Fundo, 2007.

Na categoria que contempla o meio rural, destacam-se a Reserva Maragato e a Fazenda do Tropeiro Camponês que trabalham o turismo ecológico e rural, alicerçados, principalmente, na cultura gaúcha. Empreendimentos que oferecem variadas opções de entretenimento com passeios a cavalo e culinária típica gaúcha.

O Município, também, é destaque por seus eventos, dentre eles, a Semana Nacional da Literatura reunindo renomados autores do Brasil e exterior, o Festival Internacional de Folclore, o Rodeio Internacional, a Romaria de Nossa Senhora Aparecida realizada

anualmente e reúne cerca de 130 mil fiéis, a encenação da Batalha do Pulador ocorrida na Revolução Federalista de 1893, a encenação é realizada no distrito do Pulador, interior de Passo Fundo, além de diversos seminários e congressos acadêmicos e profissionais, realizados pelas instituições de ensino superior, entidades setoriais e empresas locais, sem contar a diversidade de shows nacionais trazidos no Ginásio Teixeirinha com capacidade para 12 mil pessoas.

Como equipamentos e serviços turísticos básicos, o Município está estruturado a oferecer 20 estabelecimentos hoteleiros situados no centro e nas vias de acesso entre as rodovias.

Os estabelecimentos que prestam serviços de alimentação são diversos, do tipo fast food, bares e restaurantes que incluem pizzarias, churrascarias, os especializados em massas e cozinha internacional.

Funcionam no Município aproximadamente dez agências de viagem sendo que destas a maioria atua no turismo emissivo. Conta ainda com três locadoras de veículos.

Os equipamentos e serviços de lazer que proporcionam ao visitante opções de entretenimento são diversificados, apresentando opções que registram a presença de cerca de dez praças, vários ginásios esportivos, dentre estes, o Ginásio Teixeirinha com capacidade para 12 mil pessoas, destacam-se o Complexo Turístico Roselândia que é composto por clubes e suas sedes campestres, além de comportar o Parque Municipal de Rodeios, possui 39 Entidades Tradicionalistas. Conta com uma grande área arborizada junto à UPF – Universidade de Passo Fundo onde é oferecido também um minizoológico para visita diária.

Como equipamentos e serviços turísticos receptivos complementares registram-se várias lojas do tipo bazares, quatro lojas de artesanato gaúcho, dois *shoppings centers* de médio porte que contam com estabelecimentos dos mais variados segmentos: lojas de roupas, calçados, jóias, restaurantes, *fast food*, cinemas, perfumaria, local para eventos do tipo exposições e feiras, mercados, etc.

O sistema de informações ao turista funciona, efetivamente, junto a dois postos, um localizado junto à avenida principal (Avenida Brasil) da cidade a cerca de 2 Km do centro, o outro está localizado junto ao Posto Carga Pesada na BR 285 – Km 181, uma das rodovias de acesso ao Município.

O sistema de acesso rodoviário ao Município: BR 285, RS 324, RS 153, RS 135, contando com um satisfatório terminal rodoviário intermunicipal, onde operam várias empresas ligando Passo Fundo às principais cidades vizinhas do Estado do Rio Grande do Sul e dos Estados vizinhos, às principais cidades do centro do País e do Mercosul. Passo Fundo conta com o aeroporto Lauro Kurtz, que oferece vôos a São Paulo diariamente.

Funcionam no Município dois jornais diários e dois jornais semanais, sete emissoras de rádio, sendo quatro emissoras FM e três emissoras AM, três emissoras de televisão, uma revista, uma sucursal do jornal Zero Hora, um posto central do correio e vários pontos de atendimento.

2.3.4 Santo Antônio do Palma

A área do município de Santo Antônio do Palma pertencia inicialmente ao município de Guaporé, tendo sido desmembrado em 1955, por ocasião da emancipação de casa, ficando pertencente a este. A origem do nome do município vem do padroeiro "Santo Antônio" e "Palma", nome da família fundadora do município. A história deste município foi construída graças à garra e o desejo de progredir de determinadas pessoas que vieram se instalar e com seu trabalho iniciaram a desbravação e o povoamento desta localidade. Santo Antônio do Palma foi colonizado por imigrantes italianos e poloneses.

As mercadorias trazidas de Muçum e de Guaporé eram vendidas em Campo do Meio, Passo Fundo e vice-versa. A influência da família Palma foi tão grande que o local passou-se a chamar Vila Palma. Porém, com o passar do tempo, um grupo de líderes e o próprio povo sentiram a necessidade de descentralizar o poder político e sócio-econômico. Criar uma maior autonomia, trazer recursos e melhores condições para o povo. Para tanto era preciso emancipar.

Iniciou-se, então, um trabalho de coleta de dados e de idéias. Foi formada, então a Comissão Emancipacionista. Inúmeras foram as dificuldades de idéias, caminhos, subsídios, enfim "do que fazer para emancipar". Várias discussões foram feitas para chegar a um consenso sobre o nome do município, mas a maioria optou por Santo Antônio do Palma, por ser Santo Antônio o nome do até então distrito e Palma, porque a sede era conhecida como Vila Palma devido à grande influência, no local, dos primeiros moradores da família Palma. Assim, em 1992 foi criado oficialmente o município de Santo Antônio do Palma (PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO ANTONIO DO PALMA, 2007).

Sua área atualmente é de 126 km quadrados. Localiza-se na encosta superior do nordeste a 260 Km de Porto Alegre. Seu Índice de Desenvolvimento Humano - IDH é de 0.793 segundo o Atlas de Desenvolvimento Humano/PNUD (2000).

O município recebe destaque na Pecuária, na criação de frangos e suínos, e na agricultura, culturas de soja e milho. Conforme tabela 8.

Tabela 8 - Setores e produtos de maior especialização relativa de Santo Antônio do Palma

Produtos da pecuária	Valor da produção	% em relação a produção total do Corede
Ovos de Galinha (Mil dúzias)	1.143	9.26%
Galinhas	63.878	7.49%
Galos, Frangas, Frangos e Pintos	311.434	1.83%
Leite (Mil litros)	4.262	1.67%
Coelhos	168	2.75%
Produtos da agricultura permanente	Valor da produção	% em relação a produção total do Corede
Figo	36	7.00%
Noz	3	5.06%
Erva Mate	490	1.28%
Caqui	48	4.88%
Produtos da agricultura temporária	Valor da produção	% em relação a produção total do Corede
Milho	12.240	2.31%
Cevada	347	0.59%
Sub-setores da indústria	Trabalhadores	Estabelecimentos
Fabric. de calçados de outros materiais	34	1
Fabric de moveis com predominância de madeira	31	1
Total	81	5
Sub-setores de serviços	Trabalhadores	Estabelecimentos
Administração pública em geral	63	1
Com. varejista de produtos farmacêuticos, artigos médicos e ortopédicos	3	2
Com. varejista de material de construção., ferragens, ferramentas	4	1
Total	81	14

Fonte: Resultados da Pesquisa a partir de RAIS 2005, Ministério do Trabalho e Emprego.

Santo Antônio do Palma caracteriza-se por ser um município agrícola, possui aproximadamente 74% de sua população situada na zona rural, tem sua maior atividade produtiva na pecuária com a produção de ovos de galinha, galinhas e galos, frangas, frangos e pintos que abarcam o maior valor da produção 311.434, com destaque também para a fruticultura na agricultura permanente, visto que desenvolve forte produção agroecológica entre famílias rurais. Possui destaque, ainda, na indústria com a fabricação de calçados e móveis, porém é no setor de serviços, mais precisamente na administração pública que se concentra o maior número de empregados.

No que se refere a oferta turística, Santo Antônio do Palma, possui no item atrativos culturais a presença da Casa Típica Polonesa que está se aproximando de seu centenário e ainda preserva a arquitetura e a pintura desta cultura de formação do município, conforme mostra a figura 17 a pintura e arquitetura externas, os artefatos, decorações e utensílios típicos da cultura polonesa estão presentes na casa.



Figura 17 - Casa típica polonesa

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Santo Antônio do Palma, 2007.

De cunho religioso registra-se a capelinha Capitel, junto à Igreja Nossa Senhora do Rosário a cinco quilômetros do centro urbano, que consiste no marco centenário da imigração polonesa no Município apresentada na figura 18. A Igreja Nossa Senhora do Rosário e a Capelinha (capitel) localizam-se no interior de Santo Antônio do Palma, com arquitetura e decoração polonesa, já tombada como Patrimônio Histórico do Município.



Figura 18 - Igreja Nossa Senhora do Rosário

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Santo Antônio do Palma, 2007.

A cultura italiana e, principalmente, a polonesa formam o atrativo turístico do Município, pois 46% da população é de origem italiana, 46% de origem polonesa e 8% de outras, portanto, destacam-se além dos itens citados, a arquitetura e a culinária destes povos, o sabor da agroindústria familiar com sucos, geléias e chimias, além da produção agroecológica.

Devido ao fato do Município contar com dois grupos de produtores de alimentos sem o uso de agrotóxicos e pelo poder público estar apostando nesta cultura, vem sendo construído um Centro Ecológico, como mostra a figura 19. Está localizado aproximadamente a 5 Km do centro de Santo Antônio do Palma. Através do Centro Ecológico pretende-se disponibilizar à comunidade um local que contará com restaurante, salão de atos, cerca de 30 dormitórios, banheiros, venda de artesanato e produção agroecológica. Convém lembrar, que dos atrativos apresentados o centro ecológico é o único que ainda não está aberto a visitas.



Figura 19 - Centro ecológico municipal

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Santo Antônio do Palma, 2007.

No item principais eventos destacam-se os alicerçados na cultura gaúcha, o jantar típico italiano, o jantar típico polonês e o jantar ecológico ambos realizados na semana de comemoração do aniversário do Município.

Como equipamentos e serviços turísticos receptivos básicos, o Município ainda não está estruturado com hotéis e pousadas para os turistas, porém com a construção do Centro Ecológico para abertura ao público no primeiro semestre de 2008, contará com cerca de 30 dormitórios, restaurante, salão de atos e banheiros para os visitantes.

Os serviços de alimentação são prestados por dois restaurantes com cozinha convencional e uma churrascaria, duas lancherias do tipo *fast food*.

O Município não conta com agência especializada no Turismo. Quanto aos equipamentos e serviços de lazer e entretenimento, destacam-se o CTG, os grupos de danças polonesas e italianas que realizam apresentações em ocasiões especiais.

Os demais equipamentos e serviços turísticos receptivos complementares (comércio turístico, instalações para eventos e transporte turístico) referem-se à existência da Casa Polonesa na venda de artesanato, as instalações para eventos compreendem o salão municipal e o CTG Pousada dos Tropeiros.

Os equipamentos e serviços de transporte turístico não estão contemplados no município. O sistema de informação ao turista funciona junto à Prefeitura com o chefe de gabinete e dirigente do turismo no Município, em seu horário de expediente.

O sistema de acesso rodoviário faz-se pela rodovia RS 324, porém para chegar até o Município é necessário utilizar a AM 485 (Acesso Municipal) cerca de seis quilômetros não pavimentados. Conta com ponto rodoviário intermunicipal, com chegadas e saídas de ônibus aos municípios vizinhos de Casca e Gentil.

O Município não possui emissoras de rádio, nem jornal de circulação próprios, este último é advindo do Município vizinho de Casca. Santo Antônio do Palma conta com um posto do correio.

2.3.5 Vila Maria

No início do século XX, os imigrantes italianos e seus familiares foram se introduzindo no interior do município de Guaporé, vindos de Bento Gonçalves, Antônio Prado, Caxias do Sul, Flores da Cunha e outros municípios. Próximo ao rio Guaporé a setenta quilômetros da sede do município que tem o mesmo nome, morava um “posseiro” chamado Sebastião Nunes, que vivia da agricultura.

Em 1904 o mesmo vendeu suas terras para Constante Lótici que se estabeleceu como comerciante com loja e “casa de pasto”. Outros colonos foram comprando terras nas proximidades e aos poucos formou-se uma comunidade que prosperou rapidamente. Em 1917, o Sr. Constante Lótici vendeu tudo o que possuía para a Sra. Maria Busato, viúva e mãe de muitos filhos que vinda da cidade de Casca se estabeleceu também com loja e pousada. Por se chamar Maria, a localidade passou a se chamar Vila Maria. Esta senhora, no início dos anos de 1930 ofertou um hectare de terra à Igreja Católica para construção de uma Capela que foi construída pelos moradores, que já eram em um bom número (PREFEITURA MUNICIPAL DE VILA MARIA, 2007).

Mais tarde, em 1933, a 13 de setembro, foi criada a Paróquia de Nossa Senhora da Saúde, sendo seu primeiro vigário o Padre Dom Josué Bardim, imigrante italiano. A maior parte dos habitantes de Vila Maria era formada de agricultores que plantavam e colhiam para criarem seus animais que eram ocupados nos trabalhos da família e para sua alimentação. Aos poucos, outros ofícios foram se estabelecendo, como: ferreiros, alfaiates, pedreiros, escrivão distrital, marceneiros, comerciantes e outros que transformaram o pequeno povoado em próspera Vila que em 1924 foi elevada a sétimo distrito de Guaporé. E em 1938, foi nomeado como vigário da Paróquia o Cônego Guilherme Maschio. Padre

dinâmico que se preocupava com o progresso espiritual e também material de seu povo. Construiu nova Igreja, uma bela gruta de Nossa Senhora de Lourdes, um santuário de Nossa Senhora da Salete num morro próximo a Vila e noutra morro ao lado mandou construir a imagem de Cristo Redentor. Hoje estes pontos de oração são também atrações turísticas junto a outras belezas naturais que atraem visitantes.

Em 1957, Vila Maria passou a pertencer ao município de Marau e posteriormente em 09 de maio de 1988, a pequena comunidade conquista o status de município, hoje também conhecida como “Capital Regional do Ecoturismo”.

A Composição étnica é em sua maioria de Italianos, chegando a representar 95% da população, sendo que o restante, ou seja 5%, estão divididos entre outras etnias, totalizando 4.014 habitantes (FEE, 2005).

Vila Maria situa-se na Encosta Superior do Nordeste, na região da Produção, sua área é de 181 km quadrados, possui altitude média de 580m acima do nível do mar e está distante cerca de 260 Km de Porto Alegre. Faz divisa com os municípios de Marau, Camargo, Nova Alvorada, Montauri, Casca e Santo Antônio do Palma.

Vila Maria é cortada pelas rodovias RS 324 e RS 132. Seu Índice de Desenvolvimento Humano - IDH é de 0.813 segundo o Atlas de Desenvolvimento Humano/PNUD (2000). Suas principais atividades econômicas são a produção pecuária e aviários, conforme tabela 9.

Tabela 9 - Setores e produtos de maior especialização relativa de Vila Maria

Produtos da pecuária	Valor da produção	% em relação a produção total do Corede
Galos, Frangas, Frangos e Pintos	1.217.011	7.13%
Ovos de Galinha (Mil dúzias)	2.789	22.60%
Galinhas	161.356	18.93%
Coelhos	651	10.69%
Leite (Mil litros)	13.523	5.31%
Suíno	16.632	5.92%

Produtos da pecuária	Valor da produção	% em relação a produção total do Corede
Erva Mate	1.327	3.45%

Produtos da pecuária	Valor da produção	% em relação a produção total do Corede
Milho	16.050	3.03%

Sub-setores da indústria	Trabalhadores	Estabelecimentos
Preparação de carne, banha e produtos de salsicharia	74	1
Fabric. de artefatos de papel, papelão, cartolina e cartão	12	2
Fabricação de embalagens de papel	12	2
Abate de reses, preparação de produtos de carne	27	1
Fabric. de esquadrias de madeira, de casas de madeira pré-fabricadas	5	3
Fabricação de produtos de padaria, confeitaria e	9	1

(continua)

pastelaria		
Desdobramento de madeira	5	2
Sub-setores da indústria	Trabalhadores	Estabelecimentos
Comércio atacadista de mercadorias em geral	17	1
Atividades de agências de viagens e organizadores de viagem	8	1
Com. atacadista de matérias primas agrícolas e produtos semi-acabados	9	2
Com. varejista de mercadorias em geral	17	7
Transporte rodoviário de cargas, em geral	34	14
Atividades de atendimento hospitalar	36	1
Comércio a varejo de combustíveis	10	2
Com. a varejo e por atacado de peças e acessórios para veículos	9	3
Com. varejista de produtos farmacêuticos, artigos médicos e ortopédicos	11	4
Restaurantes e estabelecimentos de bebidas, com serviços	11	2
Total	354	83

Fonte: Resultados da Pesquisa a partir de RAIS 2005, Ministério do Trabalho e Emprego.

O Município de Vila Maria ainda possui maior parcela de sua população na zona rural, cerca de 55,13%. Destaca-se na pecuária por apresentar uma alta produção de galos, frangas, frangos e pintos, seguido de outros derivados como, ovos de galinha, galinhas, apresenta ainda produção considerável no leite e no suíno, além da produção de milho, que tenta dar suporte de insumos para a pecuária. Nos sub-setores de Serviços aparece o comércio de matérias-primas agrícolas e produtos semi-acabados, bem como, o transporte de cargas em geral. Estes agrupam a maior parte dos trabalhadores, o que corresponde a 43% da mão-de-obra total.

O serviço de informações turísticas é prestado pela Casa de Vila Maria onde atua a Coordenadoria Municipal do Turismo.

Turisticamente, no que se refere aos atrativos naturais, Vila Maria destaca-se pelo seu patrimônio natural, possui uma natureza ainda preservada, possibilitando aos visitantes passeios junto à mata nativa, com flora e fauna dotada em espécies, riachos, cachoeiras, cânion, além de outros esportes de aventura na natureza, como o *rapel* de cachoeira, escalada, tirolesa, *canyoning*, trilhas ecológicas e o mais recente produto: o vôo livre. Fazem parte deste acervo natural a Cascata das Bruxas, a Cascata do Porongo, o Parque Municipal do Maringá, o Morro do Urubu, um Refúgio Ecológico, ambos abertos à visitação.

A Cascata das Bruxas e o Cânion 18 Roso, estão localizados numa propriedade particular, a 13Km da cidade, mas aberta à visitação. A Cascata das Bruxas apresentada na figura 20 conta com 37 metros de queda d'água, com vista para cânion, formado por uma garganta com mais de 1Km de extensão e 80 metros de profundidade. No local se pratica o *Cascading* (*rapel* de cachoeira) e o *Canioning* (caminhada dentro do cânion pelo leito do rio).



Figura 20 - Cascata das Bruxas

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Vila Maria, 2007.

O *Camping* Cascata do Porongo está localizado a 4 km da cidade, a cascata, como mostra a figura 21, possui aproximadamente 31 metros de altura, no *camping* além da cascata encontra-se campo de futebol, área para acampamento e quiosques com churrasqueiras. Pratica-se no local a tirolesa e o *rapel* de cachoeira (*cascading*).



Figura 21 - Cascata do porongo

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Vila Maria, 2007.

O Parque Municipal do Maringá, está localizado a 10 km da cidade e trata-se de um parque de preservação municipal, no local existem: uma Usina geradora de energia desde o ano de 1947 ainda em funcionamento, o Eco-Bar e a Cascata do Maringá, uma queda

d'água com 54 metros de altura apresentada na figura 22. Desenvolvem-se no local trilhas que levam ao topo da cascata, passando por uma extensa área de mata nativa, pinguela e atravessando o arroio Jordão. No local também se pratica o *rapel* de Cachoeira (*cascading*).



Figura 22 - Cascata do Maringá

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Vila Maria, 2007

A figura 23 apresenta o Morro do Urubu que está localizado a 4Km da cidade, consiste num paredão de rocha com 60 metros de altura, rodeado de mata nativa, onde acontecem as atividades de *rapel* e a trilha que leva até aos mirantes naturais no topo do morro com uma vista para o vale, no local também se pratica a escalada.



Figura 23 - Morro do urubu

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Vila Maria, 2007.

A 17 km do centro de Vila Maria encontra-se o Refúgio Ecológico Colônia Paraíso, uma área de preservação ambiental permanente situada na parte inferior do Cânion da 18 Roso (figura 24), oferece a trilha do paraíso com grau de dificuldade moderado a forte, realizada pelo leito do arroio lambedor e com passagens por piscinas naturais, xaxins centenários e cachoeiras de pequeno porte até a chegada na cascata das bruxas. No local se praticam atividades vivenciais (Programa vivencial de empresas ao ar livre), *rapel*, observação de aves, entre outros. Possui ainda, uma hospedagem rural com capacidade para 30 pessoas.



Figura 24 - Refúgio ecológico

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Vila Maria, 2007

Os atrativos que compõem o patrimônio turístico cultural registram a presença do Museu do Canto que abriga a memória cultural dos imigrantes italianos da região. Com função religiosa, destacam-se a Capela Santo Antônio, construída em 1920 e tombada como Patrimônio Histórico Municipal e o Santuário Nossa Senhora da Salete que apresenta uma imagem de quase sete metros de altura.

A Capela Santo Antônio está localizada a 13km da cidade, numa comunidade de descendentes de italianos que se destaca pela tradição, cultura e religiosidade. A Capela Santo Antônio foi construída pelos imigrantes italianos, sua arquitetura é toda em madeira com aberturas esculpidas à mão e lambrequins no telhado. Remete o visitante ao passado pela sua originalidade da época da colonização. Foi tombada pelo Patrimônio Histórico Municipal, restaurada e reinaugurada no dia 26 de maio de 1996, demonstrada na figura 25.



Figura 25 - Capela Santo Antônio

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Vila Maria, 2007

O Santuário N^a S^a da Salete localiza-se a 200 metros da RS 324, sobre um morro com espaço e ambiente arborizado, com vista para toda a área urbana e os arredores do Município, encontra-se no santuário a maior imagem de Nossa Senhora da Salete do mundo, com 7 metros de altura (PREFEITURA..., 2007) conforme mostra a figura 26. No local acontecem as romarias e peregrinações permanentes.



Figura 26 - Santuário Nossa Senhora da Salete

Fonte: Registros fotográficos – Prefeitura Municipal de Vila Maria, 2007

Em relação ao item principais eventos, registram-se: a cerimônia Paixão e Morte de Cristo, uma procissão luminosa com tochas de fogo ao ar livre; a Romaria Nossa Senhora

da Salete, realizada a mais de 27 anos; a Festa do Menino Jesus, realizada anualmente no Natal com encenações em meio a um bosque de araucárias junto à Capela Santo Antônio; o jantar já tradicional no Município “Entre elas” com decoração temática somente para mulheres; e, as Festividades da Semana Farroupilha.

Como equipamentos e serviços básicos o Município está estruturado de forma a oferecer dois alojamentos do tipo pousada, uma na área urbana conta com 18 leitos e uma na área rural com 30 leitos.

Os serviços de alimentação são prestados por estabelecimentos do tipo bares e um restaurante do tipo pizzaria.

No Município funciona uma agência especializada em turismo receptivo. Quanto aos equipamentos que propiciem ao visitante opções de entretenimento, encontra-se a praça municipal, salão paroquial, um CTG, dois clubes, um recreativo e um desportivo.

Os demais equipamentos e serviços turísticos receptivos complementares (comércio turístico, instalações para eventos e transporte turístico) referem-se à existência da Casa de Vila Maria que oferece desde artesanato a vinhos, compotas, chimias a produtos coloniais, além de realizar em parceria com a Emater uma feira de produtos coloniais semanalmente. As instalações para eventos apresentam-se sob forma de estruturas para eventos sociais através do CTG, clubes e salão paroquial. Os equipamentos e serviços para a prestação de transporte turístico não estão contemplados no município em nenhuma modalidade. O sistema de informações turísticas é prestado pela Coordenadoria do Turismo na Casa de Vila Maria em horário de expediente comercial.

O sistema de acesso rodoviário ao Município de Vila Maria faz-se pelas rodovias asfaltadas RS 324 e RS 132, conta com um terminal rodoviário intermunicipal instalado em condições satisfatórias junto à Prefeitura Municipal, com chegadas e saídas de ônibus da Capital do Estado e das principais cidades vizinhas.

O Município não conta com jornais locais, nem rádios, nem emissoras de TV. Possui um posto do correio e uma central municipal de telefonia.

A seguir, na tabela 10 será apresentada uma síntese dos aspectos sociais referentes a educação, saúde e oferta turística no que tange aos atrativos turísticos de cada Município da Rota dos Trigais.

Tabela 10 - Dados sociais referentes a educação, saúde e oferta turística dos Municípios que compõem a Rota dos Trigais

Municípios	Educação	Saúde	Oferta turística
Casca	<ul style="list-style-type: none"> - quatro escolas estaduais - uma escola municipal - uma unidade de ensino superior (UPF – Campus Casca_ 	<ul style="list-style-type: none"> - um hospital: 39 leitos - um posto de saúde municipal - um posto de saúde estadual - um centro de recuperação para dependentes de drogas e álcool 	<ul style="list-style-type: none"> - um atrativo natural - dois atrativos histórico-culturais
Marau	<ul style="list-style-type: none"> - duas escolas estaduais - duas escolas municipais - duas escolas particulares - uma instituição de ensino superior 	<ul style="list-style-type: none"> - dois hospitais: total de 120 leitos 	<ul style="list-style-type: none"> - um atrativo natural - três atrativos culturais
Passo Fundo	<ul style="list-style-type: none"> - 37 escolas estaduais - 64 escolas municipais - 17 escolas particulares - sete instituições de ensino superior 	<ul style="list-style-type: none"> - cinco hospitais - 39 ambulatórios - cinco CAIS (Centro de atendimento a saúde) - 39 ambulatórios - dois centros de recuperação para dependentes de álcool e drogas 	<ul style="list-style-type: none"> - dois atrativos naturais - três atrativos histórico-culturais - dois atrativos rurais
Santo Antonio do Palma	<ul style="list-style-type: none"> - uma escola estadual - cinco escolas municipais 	<ul style="list-style-type: none"> - um posto de saúde municipal 	<ul style="list-style-type: none"> - três atrativos turísticos histórico-culturais
Vila Maria	<ul style="list-style-type: none"> - uma escola estadual - oito escolas municipais 	<ul style="list-style-type: none"> - um hospital municipal - um posto de saúde 	<ul style="list-style-type: none"> - cinco atrativos naturais - dois atrativos histórico-culturais

Fonte: elaborado com base em dados coletados pela autora junto aos Municípios

2.4 Paisagens

Ao percorrer a Rota dos Trigais pode-se contemplar a natureza e os contornos do solo cobertos ora pela vegetação, ora pelas lavouras de soja e trigo. A superfície desta região é regular, apresentando-se ondulada com suaves e sucessivas coxilhas e chapadões, desdobrando-se em um verdadeiro mar (BERNARDES, 1997) de culturas que são

entrecortados por rios advindos das importantes bacias hidrográficas do Uruguai e Jacuí. Pelo caminho pequenas comunidades rurais, em sua maioria descendentes de italianos, fazem o intermédio entre os municípios que compõem a Rota. Pelo caminho, ao trafegar pela RS 324 a partir de Passo Fundo, notam-se suaves coxilhas basicamente de produção de grãos e avicultura. Um dos atrativos referenciais da Rota dos Trigais é traduzido pela própria nomenclatura que traz as lavouras de trigo, um cereal de inverno, que cobre as colinas do planalto gaúcho. Esses campos de cultivo do trigo em seu conjunto inteiro são constituídos por muitas formas um dos primeiros fatores turísticos que se pode visualizar, trata-se da alternância de cores entre os diversos estágios dos cultivos, bem como no balançar dos ventos que constituem verdadeiras ondas em amarelos claros e escuros em sua época de último estágio, que formam um dos principais componentes sensoriais desta paisagem.

Em Passo Fundo, as praças despertam a atenção de quem por ali passa, principalmente a praça central Marechal Floriano, conta com árvores de várias espécies, as manchas do verde são o principal componente sensorial desta paisagem, tão comum para a população que convive com ela cotidianamente, porém, tão rica para quem ainda não teve o contato com a mancha de cores se sobrepondo, sons do canto de pássaros de várias espécies, a brisa ao entardecer batendo no corpo, alguns dos componentes sensoriais que despertam a singularidade da paisagem.

Outro atrativo interessante é o pôr-do-sol na cidade de Marau (RS), que por possui uma localização privilegiada proporciona aos olhos os reflexos avermelhados da luz do sol nos campos, com o passar das horas a paisagem não se constitui de igual forma e o sol à contraluz vai aos poucos se pondo deixando reflexos de luz e sombra por entre árvores e plantas oferecendo um espetáculo de luzes e cores que mudam conforme os estados atmosféricos.

A paisagem muda bruscamente nas proximidades de Vila Maria, onde os morros cobertos pela vegetação começam a ganhar destaque. A paisagem natural contemplada aufere destaque por seus componentes sensoriais; as formas das plantas, dos morros, o cheiro da terra misturada com a água, a cor das rochas e das árvores, o som das quedas de água, dos pássaros e dos ventos. Em Vila Maria, não é a mesma coisa fazer caminhada pelo Cânion 18 Roso e visualizá-lo do enfoque alto da Cascata das Bruxas, porque a topografia que pode ser avistada em sua paisagem aberta é ímpar.

A Rota dos Trigais detém em seu território diversos atrativos naturais que vêm contribuir para que a passagem do turista por este espaço se faça de forma marcante em sua memória. Trabalhar a paisagem de forma a despertar no turista o interesse pela visita é, de certa forma, demonstrar que os elementos sensoriais que estão intrínsecos a esta são marcantes, isso desenvolve a satisfação de quem percorre por estas paisagens gravando

imagens que ficarão, não somente nas fotografias, mas na emoção de quem ao contemplá-las lembra de sons, cores e luzes vindo a completar o sentido maior da prática turística: a descoberta de novos aspectos que são íntimos, mas que às vezes não damos conta de sua real importância e existência.

Estas são algumas sensações que podem ser vivenciadas pelos turistas, em paisagens onde a mão do homem atua sabiamente, fazendo a menor intervenção possível, apenas para facilitar o deslocamento de turistas. “Pisar a terra, sentir a irregularidade das pedras e deixar-se tocar pelos galhos da selva são sensações que muitos turistas ainda não experimentaram, devido ao desconhecimento de valores da natureza por parte dos responsáveis por seu planejamento para o uso turístico e recreacional” (BOULLÓN, 2002, p. 150), fato este que é focado pelos gestores e empreendedores vinculados à Rota dos Trigais.

Não se tem a pretensão de aprofundar o tema e a análise das paisagens no contexto turístico da Rota dos Trigais, pois sabe-se da complexidade e das mais variadas especificidades que circundam um observador e uma imagem, mas foi o pretendido trazer certos aspectos característicos que compõem esta paisagem, não só do ponto de vista do ambiente natural e sim dos elementos sensoriais particulares de cada observador, em que as percepções de uma determinada imagem e o fator sensorial que mais prevalecer é o que levará em sua lembrança. Portanto, qualquer atrativo turístico deve ser visualizado de forma a aproveitar os elementos que constituem a percepção humana da relação imagem, território, espaço e ambiente.

2.5 Mapeamento ilustrativo dos roteiros praticados na Rota dos Trigais

Buscando identificar os roteiros atualmente praticados no Rota dos Trigais, foi trazido para este item a distribuição dos atrativos turísticos naturais e religiosos que integram a Rota dos Trigais, seguindo a descrição teórica embasada na simbologia de Lynch (1997) e Boullón (2002) para identificar os atrativos considerados como marcos e logradouros, além de descrever o roteiro percorrido e a borda limite. As informações obtidas para a construção dos respectivos mapas foram proporcionadas pelos gestores e ainda complementadas através de observação da pesquisadora junto à Rota. Sabe-se que o mapeamento apresentado deu-se em forma simples e sistemática, apenas para auxiliar na identificação dos roteiros já praticados contemplando os atrativos turísticos atualmente aproveitados na Rota dos Trigais.

Num primeiro instante, foi trazido um mapa (Figura 27) com a caracterização geral da Rota, identificando seu limite através da borda pontilhada, o conjunto de atrativos naturais e religiosos (identificados na simbologia de marco e logradouro) e sua respectiva distribuição pelos Municípios, as vias de acesso e a localização da área urbana dos Municípios.

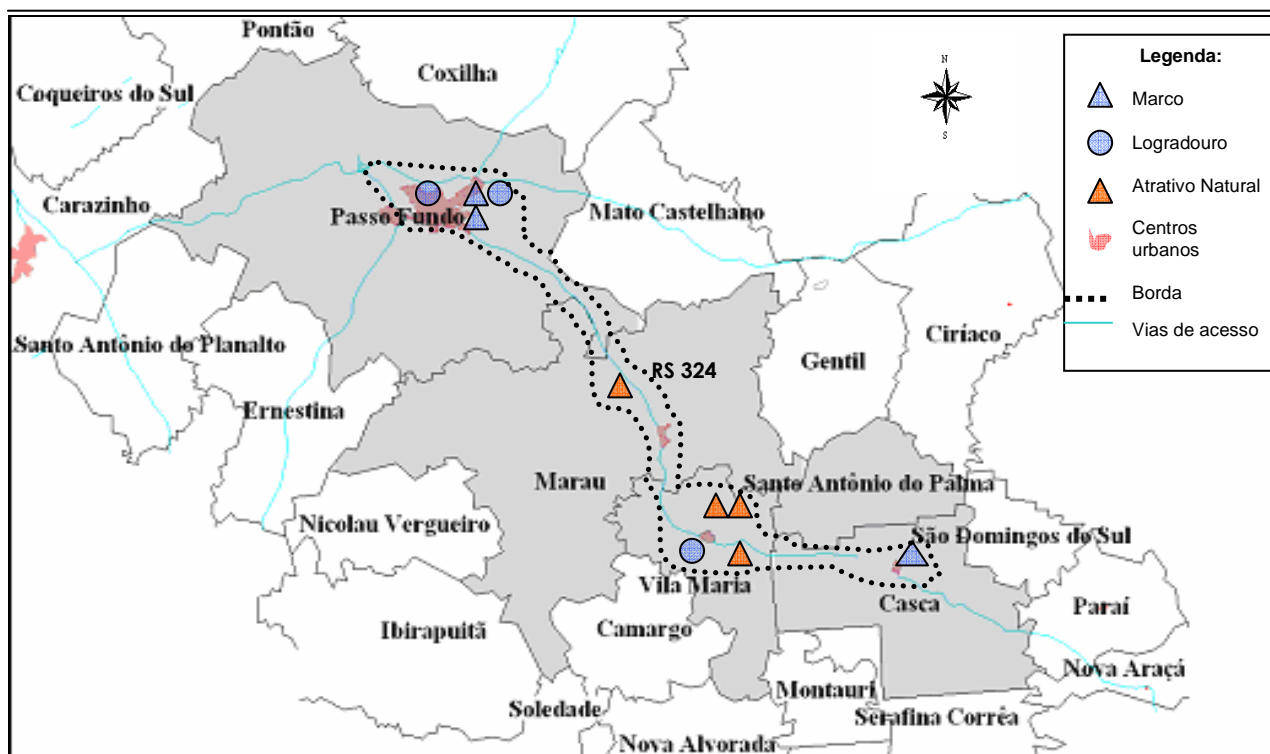


Figura 27 - Mapa geral da Rota dos Trigais
Fonte: Adaptações da autora a partir de Paiva (2007).

Num segundo momento foi apresentado o Roteiro de Aventura, identificando onde se localizam os atrativos naturais trabalhados na Rota dos Trigais. Nota-se, portanto, que o centro do turismo de aventura da Rota dos Trigais está no Município de Vila Maria, que apresenta conforme já explicitado neste estudo, um acervo natural exuberante, além de se caracterizar como um dos Municípios mais estruturados da Rota no sentido de gestão e reconhecimento de seu potencial turístico, sendo complementado por um atrativo natural localizado no Município de Marau, ambos os atrativos estão sendo trabalhados pela mesma operadora de turismo localizada em Vila Maria que já é autorizada a trabalhar com este tipo de turismo. Pois o turismo de aventura exige algumas particularidades, principalmente de segurança, tendo que apresentar equipamentos adequados, licenças de ordem legal para a prática de certas atividades como rappel, entre outros. O Roteiro de Aventura da Rota dos Trigais tem como atrativo a natureza preservada, ressaltando que o cuidado com esta conservação e conscientização do público visitante em relação ao respeito da biodiversidade, consiste num dos principais objetivos deste roteiro. Pois não se pode seguir

no turismo, visualizando somente índices econômicos sem levar em consideração a questão sócio-ambiental.

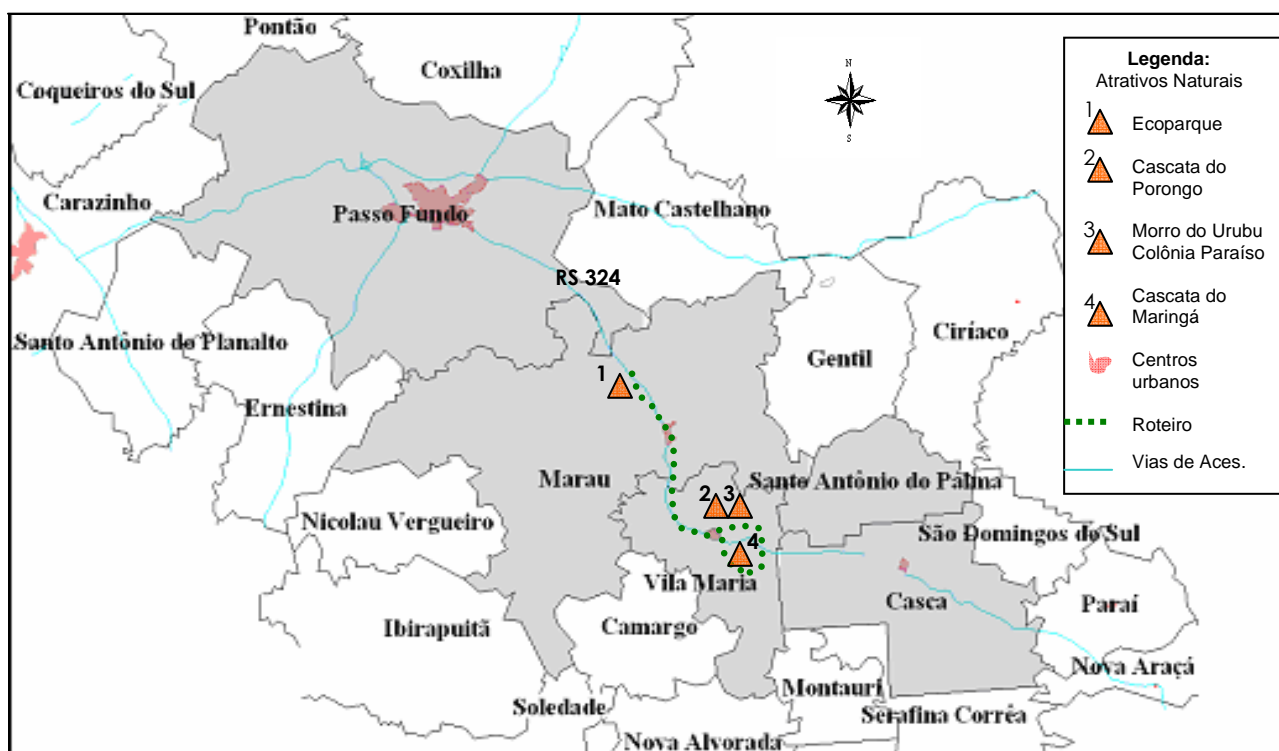


Figura 28 - Rota dos Trigais - roteiro de aventura
Fonte: Adaptado pela autora de PAIVA, 2007.

A seguir, finalizando a apresentação dos Roteiros praticados pela Rota dos Trigais, apresenta-se um último mapa que se refere ao Roteiro Religioso. Este roteiro compreende praticamente todos os Municípios que fazem parte da Rota, com exceção de Santo Antônio do Palma que se encontra em fase de estruturação. Observa-se, que Passo Fundo possui uma elevada participação através de seus atrativos turísticos, o presente roteiro tem seu início em Passo Fundo percorrendo o Santuário Nossa Senhora Aparecida, a Catedral Nossa Senhora Aparecida e o Túmulo de Maria Elizabete. Após passa-se por Marau podendo visitar a Igreja Matriz e a Praça Central, segue-se para Vila Maria com parada no Santuário de Nossa Senhora da Salette. Por último chega-se a Casca, onde se pode visitar a Igreja Matriz e a Vinícola Dom Abel. Conforme mostra a figura 28. O roteiro poderá ser feito também a partir de Casca e terminado em Passo Fundo contemplando os mesmos pontos turísticos.



Figura 29 - Rota dos Trigais - roteiro religioso
 Fonte: Adaptado pela autora de PAIVA, 2007.

Ressalta-se, que Passo Fundo não conta com atrativos naturais contemplados pela Rota dos Trigais, porém oferece a opção do turismo rural que já está sendo incorporado à Rota podendo ser agregado aos demais roteiros apresentados, conforme o perfil da demanda turística.

3 GESTÃO DO TURISMO NA ROTA DOS TRIGAIS

Como parte fundamental do presente estudo, buscou-se identificar como os municípios estão organizados no que se refere ao turismo, bem como a Rota dos Trigais. Para efetuar a busca de informações mais detalhadas o desenvolvimento desta coleta de dados, quantitativa- descritiva, deu-se em duas etapas:

- Primeiro, por meio da aplicação de um questionário constituído de perguntas, na sua maioria fechadas, direcionado aos gestores do turismo nos municípios;
- Num segundo momento, realizou-se uma entrevista com os empreendedores que surgiram no período de implantação da Rota dos Trigais.

Convém salientar, que ao referir-se aos respondentes do questionário durante a análise serão identificados como respondentes um, dois e assim sucessivamente seguido da questão citada, por exemplo: respondente 1 – questão 7.

3.1 Percepção dos gestores municipais com relação às práticas turísticas integradas

Em relação ao questionário (Anexo A) direcionado aos gestores, foi aplicado um questionário em cada Município da Rota, composto de um total de 18 questões, divididas pelos seguintes tópicos:

- Quanto à estrutura organizacional da instituição municipal responsável pela atividade turística (3 questões);
- Quanto à participação dos gestores municipais, bem como a periodicidade das reuniões e os planejamentos desenvolvidos para Rota dos Trigais (7 questões);
- E, quanto às condições gerais de funcionamento e acessibilidade aos Atrativos Turísticos (8 questões).

A seguir, são apresentadas as respostas obtidas para as respectivas questões direcionadas aos cinco gestores do turismo nos Municípios que compõem a Rota dos Trigais.

3.1.1 Estrutura Organizacional do órgão municipal responsável pela atividade turística

Num primeiro momento, buscou-se identificar a qual secretaria ou departamento municipal o turismo está vinculado nos respectivos municípios, o resultado pode ser visualizado no gráfico abaixo.

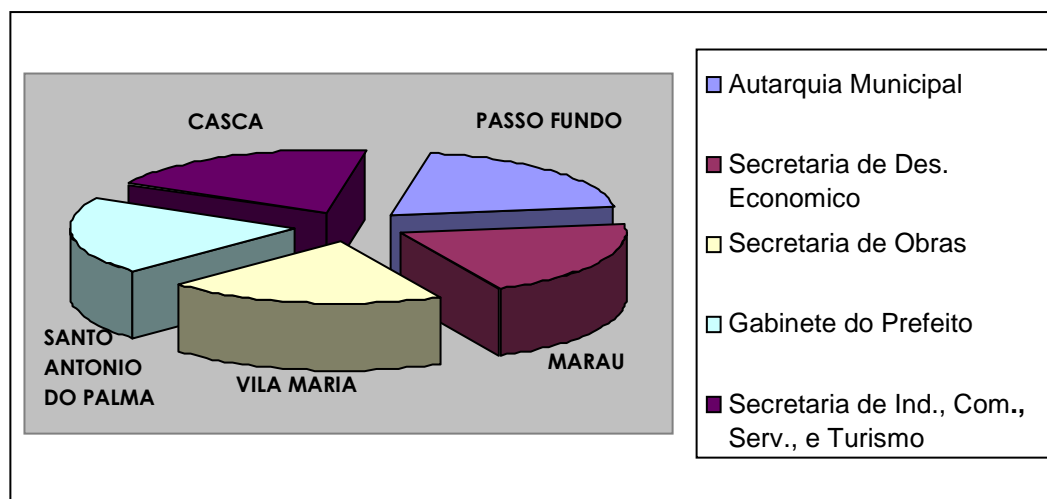


Figura 30 - Secretaria ou departamento responsável pelo turismo
Fonte: Coleta de dados – questionário, 2007.

Percebe-se que entre os municípios que compõem a Rota dos Trigais, cada um apresenta uma designação distinta para o turismo. Em Passo Fundo, o turismo está sob a responsabilidade da Funzotur (Fundação Zoobotânica Cultural e de Turismo Roselândia) caracterizada como uma autarquia municipal. Já em Marau, pertence à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, que conta com um cargo de Diretor de Turismo. Em Vila Maria, o turismo está vinculado à Secretaria de Obras que conta com um cargo de Coordenadoria do Turismo. Em Santo Antônio do Palma, o turismo está vinculado ao gabinete do prefeito, assim, a destinação dos assuntos turísticos ficam a cargo do Chefe de Gabinete e Dirigente de Turismo. Em Casca, porém, a Secretaria de Indústria, comércio, Serviços e Turismo caracteriza-se como a responsável pelos assuntos pertinentes ao setor

turístico. Nota-se, que os Municípios pertencentes à Rota dos Trigais que não possuem uma secretaria ou coordenadoria responsável diretamente pela atividade turística, contam com um cargo distinto para o setor turismo, isto revela uma preocupação por parte dos mesmos, pois esta deve ser tratada com especial atenção, isso também revela uma disparidade na maneira de entender o turismo.

Já a segunda questão, buscou identificar, no caso da existência de secretaria ou departamento, o número de pessoas que atuam vinculadas ao turismo.

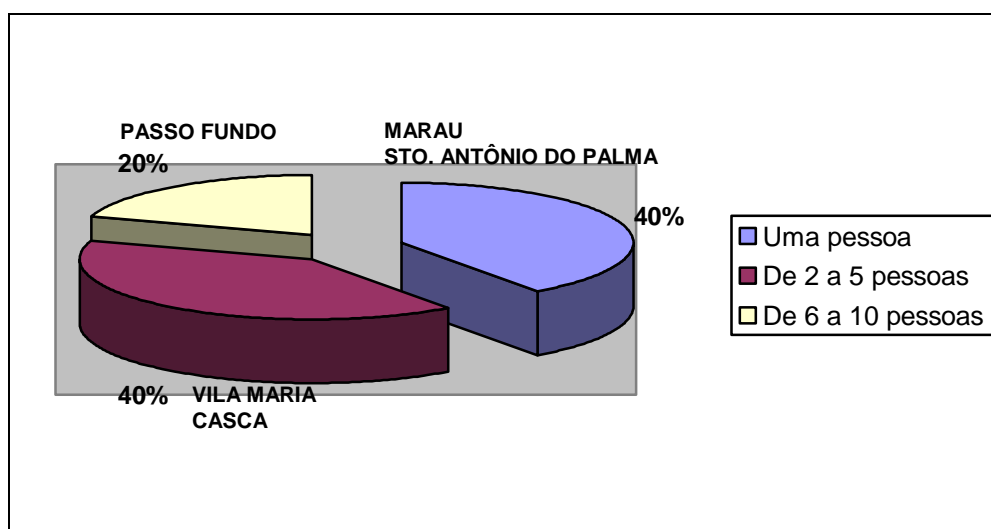


Figura 31 - Número de pessoas que atuam na secretaria/ departamento de turismo
Fonte: Coleta de dados – questionário, 2007.

Conforme a figura 31, conclui-se, então, que os municípios de Marau e Santo Antônio do Palma contam com uma pessoa atuando no turismo, que corresponde aos responsáveis pelo setor nas respectivas localidades. Já em Vila Maria e Casca pode-se encontrar de duas a cinco pessoas atuando diretamente nos assuntos turísticos e, em Passo Fundo encontra-se o maior número, de seis a dez pessoas atuando diretamente nos assuntos pertinentes ao turismo, demonstrando, portanto, que os Municípios de Vila Maria, Casca e Passo Fundo apresentam uma significativa estrutura pública em relação ao turismo.

Em terceiro lugar, buscou-se identificar a formação da pessoa responsável pelo turismo no município.

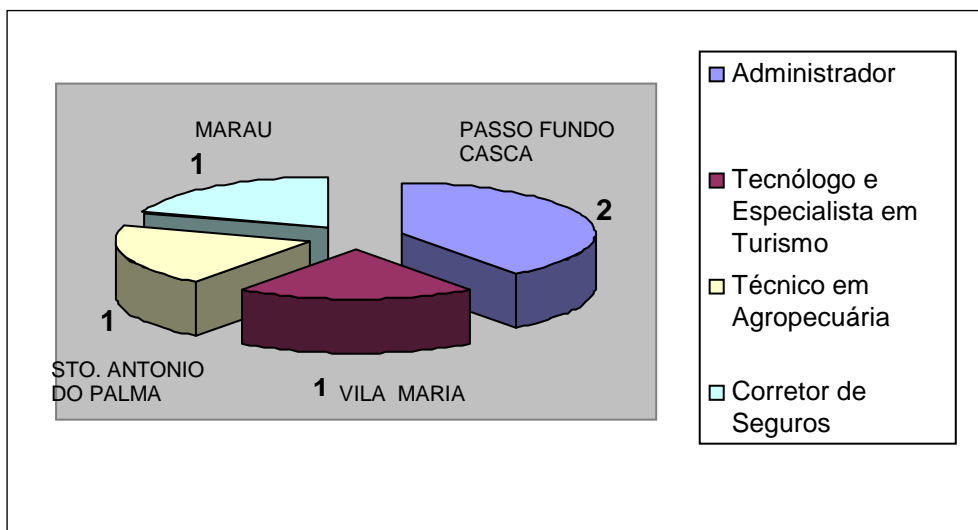


Figura 32 - Formação do responsável de turismo no órgão municipal
 Fonte: coleta de dados – questionário, 2007.

Observamos na figura 32, que somente o município de Vila Maria conta com uma pessoa formada e especializada em turismo, os demais contam com administradores (Passo Fundo e Casca), Corretor de Seguros (Marau), Técnico em Agropecuária (Santo Antonio do Palma). Ressalta-se, porém, que a presença de um profissional do turismo no órgão público se faz necessária para a realização de inventários, de estudos exploratórios de atrativos, equipamentos e serviços de apoio, planta turística, etc. A ausência deste profissional, pode-se dizer que é sanada, pela atuação da coordenadoria de Vila Maria como intermediária entre a Atuaserra e os Municípios que compõem a Rota dos Trigais.

Sendo assim, nota-se que os Municípios estão estruturados para trabalhar o turismo, porém um problema deve ser levantado, esta estrutura apresentada é responsável juntamente com a iniciativa privada pelo planejamento turístico e, quando se trata de órgão público a instabilidade está presente, pois como o tempo do planejamento é o tempo futuro, este não coincide com o tempo político. Pressionados pela visão do presente, os políticos e gestores públicos muitas vezes deixam o planejamento de lado, tendo em vista que podem não estar no poder para colocá-lo em prática. Portanto, cabe além do poder público, à comunidade e à iniciativa privada tomar a atividade turística como própria da região ou do Município, para que assim não se desvaneça com a troca de gestores públicos.

3.1.2 Análise das ações conjuntas realizadas pelos gestores municipais na Rota dos Trigais

Após identificar como estão estruturados organizacionalmente os municípios em relação ao turismo, abordou-se quanto a Rota dos Trigais, buscando identificar como os municípios vêm trabalhando e organizando-se para o melhor aproveitamento deste projeto.

O primeiro questionamento neste quesito foi em relação à periodicidade dos encontros e reuniões para a discussão de assuntos pertinentes às ações integradas entre os municípios da Rota, chega-se a confirmação de que são realizadas reuniões mensais ordinárias e, extraordinárias quando necessário. Assim, desde a idéia primeira de estruturação da Rota, as reuniões vêm sendo realizadas, com temas previamente estabelecidos para pauta, discussões sobre investimentos em infra-estrutura, planejamento e cronograma de ações, bem como agenda de participação em eventos e seus respectivos representantes.

Em seguida procurou-se levantar, através do questionário, os principais projetos turísticos regionais integrados em andamento ou a serem executados com vistas ao fortalecimento da Rota dos Trigais, assim, pôde-se identificar que os gestores municipais estão desenvolvendo e discutindo diversos projetos, possibilitando desenvolver uma divisão entre os projetos já implementados ou em andamento e os que estão em fase de planejamento. Dos projetos já implementados ou em andamento destacam-se:

- A Integração das agências de viagens para o turismo receptivo: as agências estão realizando reuniões e discussões para a determinação de roteiros turísticos e repassando aos gestores pareceres sobre os atrativos possíveis bem como roteiros de acordo com a identidade da Rota dos Trigais, fazem parte no momento uma agência de Passo Fundo, uma de Vila Maria e uma de Marau.
- A preparação dos municípios através da formação de guias locais: em parceria com a Atuaserra e a Escola de Agriturismo de Caxias do Sul, iniciou no mês de Agosto até Novembro em Caxias do Sul, o curso para a formação de agentes de desenvolvimento do turismo local, dividido em quatro etapas; a primeira, abordando aspectos sócio-culturais, o patrimônio arquitetônico e o uso; a segunda, abordando aspectos de território, planificação legislação, planejamento ambiental ecoturismo e manejo de trilhas, como conduzir caminhadas na natureza; a terceira, evidenciou, economia do turismo, agroindústria familiar, artesanato, gastronomia típica e eventos; e a quarta,

aspectos de metodologia participativa em associações de turismo (cooperativismo), gestão de projetos e captação de recursos. Assim, cada município conforme seu interesse e condição de recursos humanos pôde indicar seus guias para o curso de qualificação, visando, além de contar com guias qualificados, incentivar no fomento de profissionais nesta área na região.

- A realização de visitas técnicas com os consultores do Sebrae e as agências de viagens para o levantamento de pontos positivos e negativos, para o aperfeiçoamento do pacote turístico: os responsáveis pelas agências de viagens parceiras, bem como o consultor do Sebrae envolvido na elaboração dos roteiros para a Rota desenvolveram visitas para o reconhecimento e avaliação mercadológica da Rota, como o apoio dos gestores municipais.
- A confecção de materiais de divulgação incluindo todos os Municípios da Rota dos Trigais: foram sendo desenvolvidos materiais do tipo *folders*, banners, camisetas e demais ferramentais de divulgação para a utilização e apresentação em diversos eventos nacionais ligados ao turismo, os custos desta ação ficaram a cargo dos órgãos públicos que em parceria direcionaram recursos para a concretização dos materiais de divulgação. Isso se torna importante, no que se refere a união dos aspectos culturais e históricos de cada Município, vindo a formar um conglomerado de diferenciais turísticos na Rota dos Trigais, pois como afirma Lima (1996):

“os cartazes, as propagandas, os *folders* que procuram levar mensagem para fora, carregam em sua composição a imagem da gente, da sua alegria, o símbolo da hospitalidade. E isso não é só reconhecido no discurso dos mercados turísticos, mas muito bem definido pelo planejamento realizado pelos vários níveis de governo, é o homem que atrai o homem, com suas lendas, suas estórias, sua arte, sua comunicabilidade e sua afeição” (1996, p. 197).

- A estruturação e apoio ao Ecoparque Taquari: os Municípios envolvidos na Rota e, principalmente o município de Marau estão voltados com maior atenção ao Ecoparque, que por trabalhar com esporte de aventura necessita cumprir várias exigências quanto a aparatos de segurança e registros legais. Além disso, como o Ecoparque já vem movimentando mais de 5 mil pessoas na época de veraneio, surge a preocupação com o congestionamento na RS 324, para tal a Prefeitura Municipal de Marau está com o projeto da estruturação de um trevo de acesso, a fim de amenizar esta situação e melhorar as condições de segurança e acesso ao local .

- A Sinalização turística: a Atuaserra juntamente com os gestores municipais da Rota, sentiram a necessidade de sinalização turística em toda a RS 324 que faz a ligação entre os Municípios, assim, atualmente os acessos, os locais de informações turísticas, as casas de artesanato, os atrativos que partem da RS estão todos sinalizados.
- A Consolidação e destaque de produtos que identifiquem e fortaleçam os trigais: foi realizada a primeira etapa (pretende-se dar continuidade) do curso de artesanato destinado aos artesãos dos municípios que compõem a Rota dos Trigais, este incluía a formação para o desenvolvimento de artesanatos com a palha do milho e do trigo além de focar a ação mercadológica destes produtos, notou-se uma participação satisfatória dos artesãos regionais, mas, principalmente daqueles envolvidos diretamente com a Associação dos Artesãos do Município de Marau, o que demonstra um interesse maior destes pela busca de qualificação e aprimoramento de seus produtos. Ousa-se, portanto, dizer que isso se deve ao incentivo e atenção dispensados pelo poder público a este grupo de artesãos, o que na verdade não ocorre de forma efetiva nos demais Municípios que compõem a Rota dos Trigais.

O processo de estruturação de localidades para o desenvolvimento do turismo não se dá de maneira fácil, inúmeras são as variáveis que entram em questão nesta fase, nota-se, portanto que em dois anos de estruturação da Rota dos Trigais os projetos implementados norteiam o preparo dos Municípios em sua forma básica, tanto no que se refere à infraestrutura, como na busca de parcerias e desenvolvimento de diagnósticos da situação turística do roteiro envolvido, pois como salienta Mathieson et. al. (1982), o sucesso do desenvolvimento do turismo só pode acontecer onde os pré-requisitos necessários ou condições existem para que os objetivos sejam atingidos.

Nesse sentido, por meio da análise dos projetos apresentados, nota-se um engajamento significativo dos gestores públicos municipais ante as ações programadas e devidamente implementadas no que se refere à Rota dos Trigais, no entanto percebe-se também que o envolvimento dos atores locais não apresenta o mesmo índice de participação. Um exemplo é o Município de Passo Fundo, que por sua vez, não contou com recursos humanos para a participação na formação de guias locais, nem na formação e qualificação dos artesãos, refletindo uma deficiência no que tange ao envolvimento dos atores locais na disseminação da Rota dos Trigais neste município. Já os Municípios de Vila Maria e Marau apresentam um maior engajamento com os atores locais, com destaque para o Município de Marau no que se refere ao envolvimento dos artesãos e Vila Maria ao envolvimento dos guias locais. Já o Município de Santo Antonio do Palma não apresentou

participação efetiva dos atores locais nas ações com foco em formação e qualificação e o Município de Casca dedicou-se, especialmente, no envolvimento de seus artesãos, porém não obtendo elevado índice de participação.

Como trata-se de um projeto em seu início, sabe-se que a união entre os atores público-privado e a comunidade exige um tempo de amadurecimento e de fortalecimento na relação confiabilidade e internalização da cultura turística, assim, aconselha-se aos gestores municipais persistirem na disseminação do projeto bem como de seus benefícios para os Municípios e para a comunidade envolvida, preocupando-se em buscar o apoio e o envolvimento dos atores locais para que, assim se possa construir uma relação de comunhão de objetivos que parta do seio da comunidade com o apoio e incentivo do poder público local.

Já como projetos em fase de planejamento, encontram-se:

- Criação do *site* da Rota dos Trigais: com o intuito de divulgar e formar uma relação de familiarização dos turistas com a Rota, no reconhecimento de seus atrativos e roteiros, meios de acesso, locais para entretenimento, hospedagem, etc.;

- A criação de um fundo financeiro direcionado à Rota dos Trigais: sabe-se da necessidade de recursos financeiros para que ações sejam efetivamente implementadas, no momento a Rota dos Trigais não conta com nenhum fundo ou política de direcionamento de recursos por parte dos órgãos públicos, assim o que se planeja é a busca de um enquadramento junto ao orçamento público de cada Município, de um fundo em que os Municípios possam contar com um valor mensal destinado a Rota dos Trigais, visando sobretudo, o planejamento financeiro de ações com capital para investimento, esta ação já foi discutida em reunião ordinária e aprovada, restando apenas a comunicação com demais hierarquias do poder público dos Municípios a fim de verificar a legalidade da ação;

- Fortalecimento de empreendedores da região: outra situação em discussão entre os gestores, é o apoio e incentivo aos empreendedores locais, principalmente aqueles que estão diretamente ligados a atividade turística, busca-se identificar ações locais que possam estimular bem como comprometê-los a prática do turismo e a internalização da cultura turística, sugere-se, portanto, que os gestores possam .

Foi levantada ainda a necessidade, por parte dos gestores do turismo nos Municípios, na criação de oficinas de sensibilização das comunidades envolvidas e empreendedores, para suprir as seguintes observações:

- Importância das parcerias entre poder privado e público;
- Importância do turismo para a região;

- Importância da preservação do meio ambiente;
- Integrar mais o empreendedor com o turismo local, participações em visitas a outros destinos.

Dentro do que se espera do turismo, ou seja, melhores índices econômicos, sociais e culturais, também não se pode esquecer dos efeitos colaterais, que hoje podem ser observados em várias localidades onde os impactos negativos de todas as ordens são, muitas vezes, os únicos definitivamente visíveis. Por isso, na Rota dos Trigais, parte-se para a importância de disseminar, também entre o público visitante a preservação do meio ambiente, por meio da adoção de políticas e ações de conscientização e valorização dos espaços a serem utilizados para a atividade turística, buscando como bem enfatiza Becker (1996) um vetor de desenvolvimento dentro dos parâmetros que considere a natureza, o espaço natural, que poupa recursos, não deixando de lado a preocupação social de trazer benefícios para as regiões. Levando em consideração, principalmente, dois sentidos, as possibilidades ligadas ao potencial de natureza e atividades em si de desenvolvimento e os riscos de perversidade em termos social e ambiental. Becker (1996) salienta que sob o ponto de vista social, o risco maior, seria o crescimento econômico desenfreado, trazendo poluição, degradação ambiental e enfim, trazendo apenas o consumo do espaço, como outras atividades têm criado, sem trazer os benefícios esperados para a região.

Como parte da segunda questão sobre a Rota dos Trigais, buscou-se também indagar os setores de maior investimento financeiro no que se refere ao turismo nos municípios, assim, o questionário trouxe as seguintes opções: eventos, divulgação, infra-estrutura pública, infra-estrutura privada e outros, solicitou-se então que os respondentes marcassem os três mais significativos em relação ao investimento público, o resultado pode ser visualizado na figura 33.

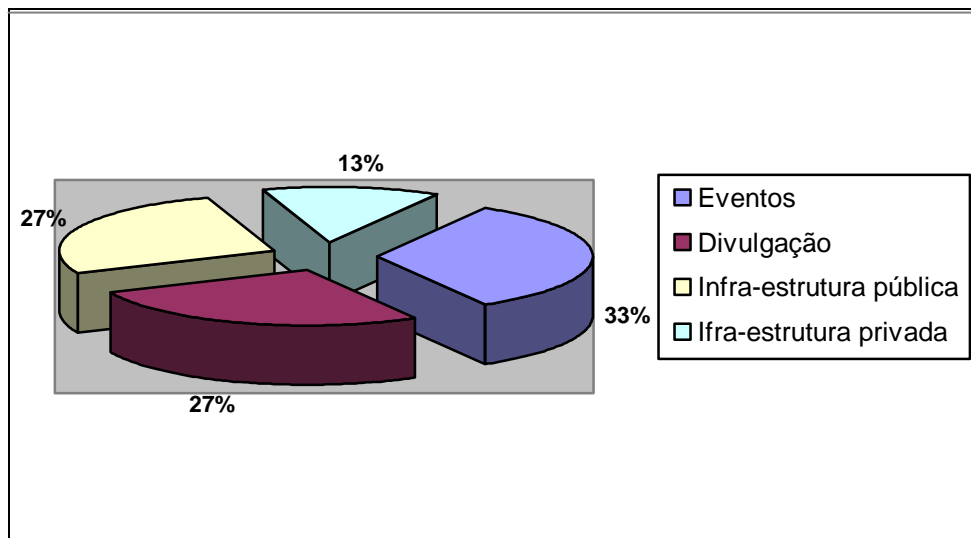


Figura 33 - Setores de maior investimento financeiro
 Fonte: Coleta de dados – questionário, 2007.

Na referida questão, notou-se que todos os municípios citaram o investimento significativamente em eventos atingindo um total de 33%, pois foi o único setor que obteve unanimidade de investimentos entre os municípios. Porém, o município que mais se destaca em relação à atratividade de eventos é Passo Fundo. Os setores de divulgação e infraestrutura pública apresentaram também referência nos investimentos, haja vista que os municípios de Vila Maria, Santo Antônio do Palma e Casca destacaram os dois como subseqüentes aos eventos, enquanto Passo Fundo evidenciou a divulgação e a infraestrutura privada e Marau a Infra-estrutura pública e privada. Isto denota, a preocupação por parte dos municípios com a realização de eventos de cunho local, regional, nacional e até internacional como é o exemplo do Rodeio Internacional de Passo Fundo e o Festival Internacional de Folclore também realizado em Passo Fundo, estes que são importantes, pois movimentam a economia, a comunidade, o turismo, etc. Porém não se pode deixar de ressaltar à importância que se deve ter em relação à infraestrutura pública e privada, pois em se tratando de turismo, estas se fazem extremamente necessárias, haja vista que para um sistema turístico funcionar, é preciso que aos atrativos e ao empreendimento turístico acrescente-se a infraestrutura que incluem o transporte (estradas, serviços para veículos, serviços para o turista, sinalização, serviços de transporte, terminais de ônibus, serviços aéreos, marítimo), as comunicações (postais, telegrafas, telex e telefônicas), o saneamento (rede de água, esgoto, coleta de lixo e saúde - hospitais e primeiros socorros) e a energia (rede elétrica e combustível). Aqui reside um total de categorias de infraestrutura que deve ser contemplada pelo órgão público para o êxito na gestão do turismo.

Com o intuito de reconhecer o percentual aproximado do orçamento dos municípios destinado especificamente ao turismo, tendo como base o ano de 2006, apresentou-se no questionário seis alternativas para os respondentes, desde a opção de ausência de investimento do poder público no que se refere ao desenvolvimento das atividades turísticas nos Municípios até a opção mais de dez por cento. Todos os gestores dos municípios apontaram para a opção menos de dois por cento, levando a concluir que todos os municípios que compõem a Rota não destinam mais do que dois por cento do orçamento municipal para o turismo ao ano. Nesse sentido, pode-se lembrar Boullón (2005) que ressalta que para um plano de desenvolvimento ter alguma possibilidade de aplicação, deve considerar a variável financiamento, pois sem orçamento todos os objetivos que forem propostos, por melhores que sejam, serão irrealizáveis.

Na quinta questão, buscou-se identificar a existência de parcerias das prefeituras municipais com a iniciativa privada e com o Governo do Estado. Considerando a sua importância para o êxito da atividade turística, sobretudo quando realizadas com as diferentes empresas que se especializam na prestação de serviços ao turista, tais como; hospedagem, alimentação, comércio de artigos típicos, transportes e agências de viagens. Tais atividades estão intimamente relacionadas, uma vez que, em seu conjunto constituem a oferta de cada centro turístico, convém ao poder público o planejamento de ações, o apoio a iniciativa privada, para que assim a oferta ao turista seja efetuada com qualidade. Com base nas respostas indicadas no questionário, pôde-se identificar que somente Santo Antônio do Palma não as possui, o que reflete uma certa fragilidade do Município devido ao seu pequeno porte e ao fato de sua população concentrar-se mais na área rural, denotando a necessidade de estudos exploratórios em relação à oferta turística e aos possíveis empreendedores que podem vir a se engajar nesse processo. Nos demais Municípios, pôde-se identificar algumas ações em parceria, permitindo desenvolver um quadro explicativo (Quadro 1), evidenciando os municípios que contam com parcerias com a Iniciativa Privada e/ou com o Governo do Estado.

Municípios	Iniciativa privada	Governo do Estado – RS
Passo Fundo	Divulgação e melhoramento na infra-estrutura de acesso aos atrativos turísticos.	Posto de informações turísticas (BR 285) e curso de formação de agentes de Turismo.
Marau	Posto de informações turísticas, auxílio nas negociações da concessão da CEEE (Companhia Estadual de Energia Elétrica) para o Ecoparque Taquari (20 anos) e a estruturação do Museu do Salame com a empresa Perdigão;	Recursos para o Ecoparque (formação, estruturação de acomodações, alimentação).
Vila Maria	Operadora Maria N'ostra para o turismo receptivo e com o proprietário do Camping Porongo.	-
Santo Antônio do Palma	-	-
Casca	Com os empreendedores principalmente na área de gastronomia e artesanato.	-

Quadro 1 - Parcerias público-privadas
Fonte: Coleta de dados – questionário, 2007.

Levando em conta as parcerias apresentadas no quadro 1, convém destacar que os Municípios de Passo Fundo e Marau, estão buscando captar o apoio, além da iniciativa privada também do Governo do Estado, refletindo um maior planejamento de ações, pois para que um plano de desenvolvimento tenha possibilidades de aplicação, deve considerar a variável financiamento, uma vez que sem orçamento todos os objetivos que forem propostos, por melhores que sejam, serão irrealizáveis.

Na sexta questão, buscou-se averiguar junto aos gestores de turismo dos municípios, se os resultados sociais e econômicos do projeto da Rota dos Trigais já são percebidos. Dos cinco gestores municipais, três foram unânimes em dizer que os resultados ainda não podem ser mensurados, não são transparentes em forma de índices, os outros dois ressaltaram que a própria melhoria na sinalização, bem como as ações conjuntas entre os municípios da região já denotaram melhorias consideráveis no que se refere ao produto turístico, até o próprio reconhecimento regional dos potenciais turísticos a serem explorados pelos municípios. As referidas considerações dos gestores, nos impulsionaram a questionar sobre a real inexistência de resultados da Rota, assim buscou-se desenvolver, também um estudo com o intuito de verificar, principalmente, o surgimento de empresas especializadas na prestação de serviços turísticos durante o período de implantação da Rota dos Trigais, conforme pode ser visualizado no item 3.2 deste capítulo.

Na sétima e última questão, quanto à Rota dos Trigais, procurou-se indagar junto aos gestores se a população regional estaria engajada e consciente dos benefícios que podem advir da Rota. Pôde-se perceber, que a Rota ainda não está devidamente reconhecida entre a população, pois “a maioria da população não tem ciência em relação à atividade turística, bem como dos benefícios que esta atividade poderá trazer, além de vir a fortalecer a valorização da cultura local”. (Respondente 1 – questão 7). Conforme a afirmativa este, na verdade, é um próximo objetivo da Rota dos Trigais.

Pensa-se ser importante ressaltar, por fim, quanto à Rota dos Trigais, que os Municípios vêm trabalhando conjuntamente as ações para o desenvolvimento deste projeto, bem como para o êxito de suas respectivas participações e contribuições, pois nas reuniões que são realizadas mensalmente a participação dos gestores é unânime, favorecendo um fator condicional na construção de propostas, o intercâmbio de informações, que quanto mais forem processadas e próximas da realidade local, mais poderão evitar a improvisação, a generalização e os planejamentos com pouca fundamentação. Partindo, portanto para o planejamento de ações pontuais de curto, médio e longo prazo, considerando o lugar onde serão implantadas e, assim, mais do que ajudar a atividade privada e o êxito da oferta turística, impulsionando o empreendimento de negócios benéficos ao empreendimento turístico.

3.1.3 Caracterização das condições gerais dos atrativos turísticos dos municípios

Num primeiro instante, em referência aos atrativos turísticos, buscou-se identificar os principais potenciais turísticos existentes em cada município na visão dos próprios gestores, independente de estarem incluídos na Rota dos Trigais.

Municípios	Atrativos		Participação na Rota
	Naturais	Culturais	
Passo Fundo	Complexo Turístico Roselândia	Os eventos em todas as áreas	Não
	Fazenda Tropeiro Camponês;	O Santuário N.Sra. Aparecida	Sim
	UPF – minizoológico	Complexo Cultural – Museu, Teatro e Academia	Não
	-	Túmulo da Maria Elizabete	Sim
Marau	Praça Central Elpídio Fialho	Igreja Matriz Cristo Rei	Sim
	Parque Municipal Lauro Ricieri Bortolon	Capela São Sebastião (Tombada pelo seu centenário)	Não
	Ecoparque Taquari	Santuário de N ^a Sr ^a de Lurdes	Não
	-	Santuário de Santa Catarina	Não
Vila Maria	Parque Municipal do Maringá	Santuário N ^a S ^a da Salete	Sim
	Refúgio Ecológico Colônia Paraíso	Casa de Vila Maria	Sim
	Camping Porongo	-	Sim
	Cânion 18 Roso	-	Sim
	Cascata das Bruxas	-	Sim
	Morro do Urubu	-	Sim
Santo Antônio do Palma	As Agroindústrias de fruticultura	Uma Casa Típica Polonesa	Não
	Agricultura Ecológica	Uma capelinha (capitel)	Não
	-	Uma igreja tipicamente polonesa	Não
	-	Um Centro Ecológico (em construção)	Não
Casca	Cascatas e matas ainda preservadas	Igreja matriz de Casca	Sim
	-	Museu da Família Besson	Não

Quadro 2 - Atrativos turísticos dos municípios em estudo
Fonte: Coleta de dados - questionário, 2007.

No quadro 2, nota-se que praticamente metade dos atrativos apontados pelos gestores não fazem parte da Rota dos Trigais, o que demonstra que a Rota não está contemplando espaços que são valorizados pelos municípios. Um dos motivos se deve à falta de infra-estrutura, equipamentos e serviços de apoio turístico em alguns dos locais apontados, principalmente no Município de Santo Antônio do Palma que ainda não conta com uma planta turística devidamente formada e adequada para receber os turistas, o que deverá, em partes, ser sanado a partir do momento em que o Centro Ecológico estiver em pleno funcionamento. Todavia, como a Rota dos Trigais inicia trabalhando o Turismo Religioso, de Aventura e o Turismo Rural, a partir destes os demais atrativos podem ser agregados conforme o perfil dos turistas, o que vem a oferecer espaço para que aos poucos se possa ampliar a oferta turística agregando outros atrativos que ainda não são

contemplados e, portanto, enriquecendo a Rota. Percebe-se, no entanto, que o Município de Vila Maria conta com todos os atrativos apontados incluídos na Rota dos Trigais, pois a prática do Turismo de Aventura fez com que o Município aos poucos viesse se adaptando e estruturando para operar eficientemente na atividade turística, porém como poderá ser visto na tabela 10, ainda faltam alguns critérios fundamentais para que a oferta turística seja efetuada de forma adequada.

Nesse sentido, com o intuito de analisar as condições do empreendimento turístico, bem como sua infra-estrutura, procurou-se verificar, inicialmente, a existência à sinalização e às condições de acesso aos atrativos turísticos, observando também se estas estão satisfatórias quanto à legibilidade e das informações disponíveis, logo após verificou-se se existiam equipamentos e serviços para comportar o recebimento de turistas. Apresentou-se, portanto, aos gestores respondentes as opções sim ou não em cada variável. Os resultados podem ser reconhecidos pela tabela 10:

Tabela 11 - Condições dos atrativos turísticos dos municípios

Municípios /Situação dos Atrativos Turísticos	Passo Fundo		Marau		Vila Maria		Santo Antônio do Palma		Casca	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Vias de Acesso (internas)		X	X			X	X		X	
Sinalização turística		X	X		X		X			X
Existência de Equipamentos e Serviços	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Instalações Sanitárias	X		X		X		X		X	
Restaurantes	X		X			X	X		X	
Lanchonetes	X		X		X			X	X	
Segurança pública	X		X		X			X	X	
Aluguel de equipamentos de transporte	X		X			X		X		X
Parques são abertos o ano todo	X		X		X		X		X	
Oferta de banheiros, lanchonetes e restaurantes junto a via principal	X		X		X		X			X

Fonte: Coleta de dados - questionário, 2007.

Legenda:

X – Satisfatório

X – Insatisfatório

Na análise dos itens apresentados na tabela 10, percebe-se que os Municípios de Passo Fundo, Vila Maria e Casca necessitam de melhoramento nas vias de acesso (internas) e sinalização de apoio aos atrativos. Vila Maria, por sua vez, não possui restaurantes próximos aos atrativos, o que exige uma atenção especial quanto à formação dos roteiros da Rota, principalmente no que se refere a paradas para almoço. O Município de Santo Antônio do Palma, também, como já mencionado, exige atenção na formação dos roteiros, pois ainda não conta com lanchonetes próximas aos atrativos e, além disso, outro fator importante, sobre a ausência de segurança pública que deve ser refletida, pode-se dizer que esta falta se deve ao pequeno porte e por ser caracterizado como um município basicamente rural.

Os Municípios de Vila Maria, Santo Antônio do Palma e Casca também não disponibilizam ao turista aluguel de equipamentos de transporte. Por outro lado, nota-se que Marau e Passo Fundo contam com este serviço e nisto reside a importância da integração regional, quando um agente pode auxiliar o outro, vindo ambos a proporcionar êxito à região, bastando que para isto tenham ciência das potencialidades e debilidades de cada um, pois, observa-se que a região delimitada pela Rota dos Trigais, ou seja o conjunto dos cinco Municípios, conta com os itens contemplados, vindo um a suprir as carências do outro, somando, portanto, um conjunto satisfatório. Vale lembrar, que esses dados oferecem aos planejadores do desenvolvimento uma base de significativa importância, no sentido de apontar uma direção para elevar e focar seus investimentos.

Por último, com o intuito de identificar outras duas variáveis de suma importância para o desenvolvimento da atividade turística, questionou-se quanto aos núcleos de produção e distribuição de artesanato de referência cultural e, ainda, aos eventos de atratividade local se estes exercem interesse e atratividade turística, o resultado pode ser visualizado na figura 34.

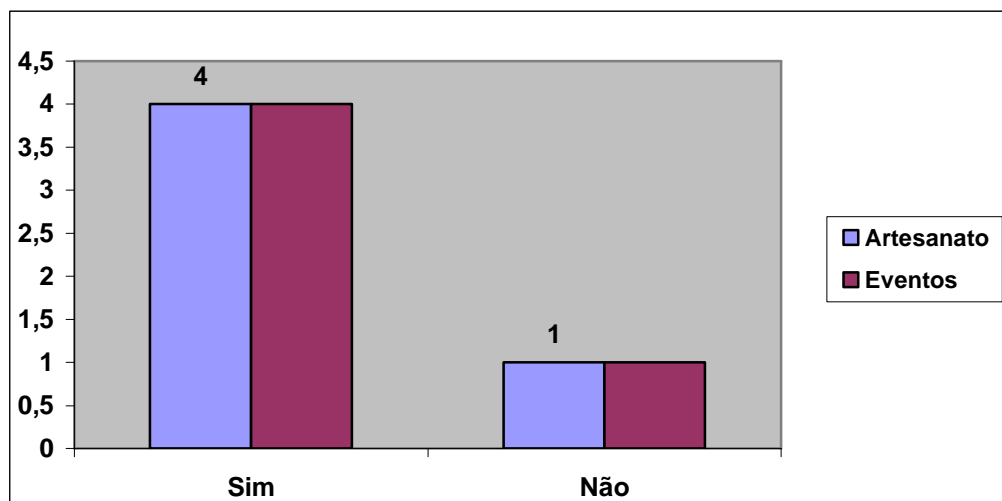


Figura 34 - Atividades de artesanato e eventos locais
 Fonte: Coleta de dados - questionário, 2007.

Quanto à produção e distribuição de artesanato e aos eventos realizados e suas respectivas atratividades, quatro dos cinco municípios que compõem a Rota dos Trigais possuem interesse turístico. No item artesanato apenas o município de Santo Antônio do Palma não possui núcleo de produção e distribuição de artesanato, e quanto aos eventos, Vila Maria ainda não conta com atratividade turística nos eventos que realiza, pois trabalha especificamente com o Turismo de Aventura. Implica ainda dizer, que mais uma vez Santo Antônio do Palma demonstra deficiência, com relação a baixa atração turística, assim, para que a Rota possa contemplá-lo ocorre a necessidade de estruturação, principalmente com relação aos equipamentos e serviços de apoio turístico.

3.2 Ponto de vista dos empreendedores regionais vinculados ao turismo à cerca das práticas turísticas integradas

Por meio da aplicação do questionário aos gestores municipais, surgiu a necessidade de reconhecer mais proximamente alguns “resultados” já presentes nos empreendimentos envolvidos no Projeto Rota dos Trigais, visto que, conforme apontado pelos gestores de turismo municipais, estes ainda não eram percebidos.

Para tanto, buscou-se identificar junto ao poder público, os empreendedores que estariam envolvidos no processo de implantação da Rota dos Trigais, bem como aqueles que surgiram a partir do turismo nos últimos anos, isto é, com empreendimentos diretamente ligados aos atrativos ou ao equipamento turístico, que inclui hospedagem, alimentação, entretenimento e outros serviços. Através destas indagações, foram identificados dois

grupos: os empreendedores que abriram seus negócios nos últimos três anos e aqueles que já estavam no mercado, mas somente passaram a investir no turismo a partir da oportunidade da Rota dos Trigais.

A fim de manter uma conduta de anonimato para com as respectivas empresas entrevistadas, resolveu-se denominá-las por segmento, assim, com esta classificação identificar através de símbolos alfabéticos as empresas que serão tratadas, caracterizando-as com escala um, aquelas ligadas aos equipamentos e serviços e, escala dois os atrativos turísticos, conforme mostra o quadro 3.

Equipamentos e serviços		Atrativos Turísticos	
Ramo	Código de Identificação	Ramo	Código de Identificação
Alimentício	Empresa A1	Turismo Rural	Empresa A2
Hoteleiro	Empresa B1	Turismo de Aventura	Empresa B2
Comércio de Artesanato	Empresa C1	Turismo de Lazer	Empresa C2
Serviços Turísticos	Empresa D1	-	-

Quadro 3 - Identificação dos empreendedores vinculados ao Turismo

Fonte: Desenvolvido pela autora para o presente estudo

Portanto, pode-se identificar que a região delimitada pela Rota conta com cinco pequenas empresas que surgiram nos últimos três anos com a intenção de aproveitar as oportunidades que vinham ocorrendo no turismo, em seguida, o quadro 4, apresenta estas empresas, seus respectivos Municípios, o ano de implementação, o ramo de atuação e observações, principalmente, no que se refere a parcerias firmadas.

Município	Empresas	Ramo de atuação	Ano de implementação	Observações
Passo Fundo	Empresa A1	Alimentício/ Restaurante	2002	Possui parceria com a Prefeitura Municipal em alguns eventos
	Empresa A2	Hoteleiro/ Pousada	2005	Possui parceria com a empresa B1
Marau	Empresa B2	Turismo de Aventura e Ecológico	2005	Possui parceria com a Prefeitura Municipal
Vila Maria	Empresa B3	Turismo de Lazer	2002	Possui parceria com a Prefeitura Municipal
	Empresa A3	Comercio Artesanato	2005	Possui parceria com a Prefeitura Municipal e a Emater

Quadro 4 - Caracterização dos empreendedores vinculados ao Turismo
Fonte: Coleta de dados - entrevista, 2007.

Em primeiro lugar, percebeu-se no quadro 4 o surgimento de três empresas ligadas diretamente aos equipamentos e serviços turísticos (restaurante, pousada e comércio de artesanato) e duas consideradas atrativos turísticos (de lazer e aventura).

No Município de Passo Fundo, notável foi o aparecimento de duas empresas ligadas ao turismo, nos segmentos de hotelaria e alimentação. Porém, as mesmas visualizaram esta oportunidade não de forma conjunta com a Prefeitura ou demais instituições, mas pelo sonho, pela visão de cada empreendedor.

O estabelecimento (A1) do segmento alimentício foi inaugurado com o objetivo de explorar a passagem de pessoas pelo Município, pois se localiza numa das Perimetrais na saída do Município, via que faz a interligação de duas rodovias de acesso à cidade. A empresa observou um aumento significativo na sua demanda no último ano, principalmente pela colocação de placas de indicação e melhoria do acesso frontal. Porém, cabe salientar que a mesma não tinha conhecimento específico do projeto da Rota e portanto não sabia que estes melhoramentos eram devido a implantação do projeto Rota dos Trigais, assim, nota-se que realmente a população ainda não está ciente do projeto, muito menos de seus benefícios, apenas percebem certas mudanças positivas. Sabe-se que para a Rota dos Trigais, o Restaurante consiste em mais uma opção de alimentação, principalmente, pelo fato de tratar-se de um cardápio típico da culinária gaúcha, que em Passo Fundo só os CTGs (Centros de Tradições Gaúchas) ofereciam. Uma atenção maior deve ser dada a estes empreendedores latentes, que almejam participar e se desenvolver juntamente com a

Rota, que ao firmar parceria com estes, beneficia-se com mais opções e qualidade em sua oferta turística.

A empresa (A2) no segmento hoteleiro, localiza-se em um dos bairros da cidade a 300m da Av. Brasil e a 500m da BR 285. Foi inaugurada, visando à oportunidade de focar e proporcionar ao público visitante uma opção diferente, uma pousada afastada do centro e com uma ampla área verde. A pousada percebe os benefícios advindos da Rota dos Trigais a partir de sua parceria com uma Fazenda localizada no interior de um distrito do Município, que trabalha com o Turismo Rural, citada no quadro 4, esta parceria é alicerçada na hospedagem de turistas que vêm para o turismo rural, ações que partem dos próprios empreendedores, sem a participação da superestrutura, bem como do poder público. Salienta-se, que Passo Fundo conta com um número significativo de hotéis, porém a pousada traz benefícios para Rota dos Trigais, principalmente pela opção do contato com a natureza, diversificando a hospedagem tradicional e gerando diferenciais para os turistas.

No Município de Marau destaca-se o incentivo para com a iniciativa privada a fim de disseminar a atividade turística no município, visando ao melhoramento da Infra-estrutura e vias de acesso. Dentre as empresas que surgiram nos últimos três anos, destaca-se a empresa (B2), caracterizada com atrativo e trabalhando com o Turismo de Aventura. Iniciou suas atividades em 2005 ao utilizar, através de concessão, a represa da CEEE (Companhia de Energia Elétrica do Estado), visando a explorar positivamente o que a natureza tinha e tem para oferecer aos turistas. Localizado num distrito do interior de Marau, na área que concentra a Usina do Capingüi, a 15 km do centro de Passo Fundo e a 8 Km de Marau, às margens da RS 324. Logo que iniciou, o estabelecimento focava somente o Turismo de Aventura e o Turismo Ecológico, atualmente, devido à oportunidade da Rota, vem trabalhando também o Turismo Estudantil e o Treinamento Empresarial. Com esta oportunidade da Rota dos Trigais, visualiza a ampliação de sua demanda, para isto sabe que terá de melhorar o seu empreendimento, inicialmente, para o beneficiamento da Rota, a sinalização e infra-estrutura de acesso merecem atenção, assim em parceria com a Prefeitura Municipal de Marau está sendo planejada a estruturação de um trevo de acesso, além disso faz-se necessário o melhoramento dos equipamentos turísticos internos (hospedagem e alimentação) e a inclusão de novos produtos (o pentibol, a tirolesa e a canoagem).

O Município de Vila Maria já é reconhecido por desenvolver o Turismo de Aventura que se tornou seu produto principal devido à exuberante natureza local. Já há algum tempo é parte da Atuaserra (parte da Microrregião Turística Uva e Vinho) e agora está apostando na Rota dos Trigais. Em busca do reconhecimento das empresas que surgiram nos últimos três anos vinculadas ao setor turístico, identifica-se uma ligada aos atrativos trabalhando com o Turismo de lazer e outra aos equipamentos turísticos, o comércio de artesanatos.

A primeira empresa que trabalho o turismo de lazer (B3) em Vila Maria, localizada-se a 3Km da RS 324 trecho que liga Vila Maria a Marau. A família responsável pela propriedade, sempre trabalhou com a agricultura, aviário e criação de suínos, tinha em sua propriedade um açude que começou a gerar movimento de amigos e vizinhos que vinham com o intuito da pesca. Há cerca de 2 anos participando de uma palestra com o apoio da Prefeitura Municipal em parceria com Sebrae, visualizou a oportunidade de explorar a atividade como um atrativo turístico de verão. Iniciou-se, então, um processo de estruturação do local que passou de um açude, para três e hoje conta com cerca de 6 tanques exclusivos para pesca. Atualmente, através da opção turística da Rota dos Trigais a propriedade passa a oferecer também quadra para futebol, área de lazer com piscina, salão de festas e quiosques no meio da mata, bem como, trilhas ecológicas, tirolesa e pedalinho. A família, portanto, deixou sua atividade de criação de aves para dedicar-se ao Turismo de Lazer. Isto denota, que o crescimento se deu gradativamente, mas o conhecimento levado a esta família de agricultores foi o fator impulsionador neste processo, revelando que a oportunidade para o turismo existe, a comunidade tem interesse em participar, mas precisa ser informada dos benefícios que podem advir da atividade turística, para que assim além do surgimento de novos empreendimentos, o próprio turista ao visitar os Municípios possa sentir-se bem acolhido e aceito pela comunidade local.

A outra empresa (A3), foi reinaugurada em Outubro de 2005, estando localizada às margens da RS 324, Km 67, no trecho que liga Marau a Vila Maria. O estabelecimento disponibiliza aos visitantes, além de informações turísticas, a venda de artesanatos e produtos coloniais. Além de ser um ponto de informações turísticas e de promoção de produtos locais, conta com o funcionamento da Coordenadoria Municipal do Turismo, firmando-se assim a parceria com o Poder Público Municipal. O estabelecimento possui ainda parceria com a Emater, pois semanalmente é realizada a feira de produtos coloniais aberta aos turistas e à comunidade local. O movimento da empresa, passou a ser significativo após a estruturação da Rota dos Trigais, principalmente no que se refere às sinalizações na rodovia de acesso. Devido a sua localização privilegiada, cerca de 80% das vendas são provenientes de turistas que passam pelo local, provindos das mais diversas localidades, tanto do Brasil como do exterior, tais como, Santa Catarina, Moçambique, Uruguai, Santa Cecília, Argentina, Paraguai e outros. Através da Rota, a empresa espera que o poder público auxilie no projeto de reestruturação da entrada do local, projeto este que já está em fase de estudo.

Concomitante à descoberta de empresas que surgiram recentemente ligadas diretamente ao setor turístico, chegou-se também àquelas que já estavam no mercado e auferiram demanda e oportunidades maiores a partir do fortalecimento do turismo, bem como da Rota dos Trigais, como mostra o quadro 5.

Município	Empresas	Ramo de atuação	Ano de Implementação	Ano de Inserção no turismo	Observações
Passo Fundo	Empresa A3	Artesanato	1999	2003	Parceria com a rede hoteleira do Município
	Empresa B1	Turismo Rural	2000	2000	Possui parceria com a Prefeitura Municipal, uma Agência de Turismo da Alemanha e com empreendedores local (hospedagem)
Marau	Empresa B1	Turismo Rural	1964	1997	Prefeitura Municipal
	Empresa A3	Artesanato Associativa	1984	1997	Possui parceria com a Prefeitura Municipal
Vila Maria	Empresa A4	Serviços Turísticos	2002	2002	Possui parceria com a Prefeitura Municipal e com a Rota dos Trigais

Quadro 5 - Empresas que passaram a investir no Turismo

Fonte: Coleta de dados - entrevista, 2007.

O reconhecimento das respectivas empresas vinculadas ao turismo, trouxe informações importantes para o presente estudo. Em primeiro lugar, nota-se que empreendedores que já estavam no mercado passaram a investir no turismo devido ao aumento do fluxo turístico nos respectivos municípios, o que reflete que ao mesmo tempo em que o poder público dos Municípios que compõem a Rota dos Trigais junto a Atuaserra visualizaram esta oportunidade alguns empreendedores locais também. Em segundo lugar, observa-se que o Turismo Rural vem ganhando importância na Rota e os estabelecimentos a ele vinculados estão fortalecendo-se gradativamente, seguindo uma tendência internacional.

As empresas referenciadas no quadro 5, são unânimes em relatar a diferença considerável na última década e mais precisamente nos últimos três anos no fluxo de pessoas que não residem no Município, que por motivos de visitas a parentes, a eventos, as férias acabam por visitar os estabelecimentos.

Dentro deste panorama, duas empresas de Passo Fundo merecem destaque, uma ligada ao Turismo Rural (B1) e outra ao artesanato (A3).

A empresa (B1) que trabalha o Turismo Rural, começou há sete anos e somente agora está colhendo os frutos. Além de proporcionar aos visitantes trilha na mata, faz parte da programação o contato com a produção de leite, a agricultura e produção de ovos. “O que surpreende os visitantes é a cultura gaúcha, em especial o churrasco”, (Entrevistado 2).

Também ressaltou o importante apoio que recebe da Administração Municipal, principalmente no que se refere à manutenção e melhoramento da estrada que liga a cidade até a fazenda. O local recebe visitantes também do exterior, por contar com parceria com agências de viagem da Europa, recebe anualmente cerca de três mil turistas.

O outro estabelecimento (A3), já é considerado referência em artesanato gaúcho, recebendo fluxo e encomendas das demais cidades do estado, do país e dos países vizinhos do Mercosul. Foi inaugurada há cerca de oito anos focando a indumentária gaúcha, passou a oferecer artigos especializados em couro e vivência do campo, além de mais tarde comercializar a linha cow-boy. Passados três anos, visualizou-se a necessidade e oportunidade da venda de lembranças e utensílios do sul, principalmente da cidade de Passo Fundo. O estabelecimento participa da Rota dos Trigais como ponto de comercialização de artesanato e lembranças, pois possui um acervo significativo de lembranças e itens decorativos do sul.

Em Marau a propriedade (B1), trabalha especificamente com o cultivo da erva-mate, localizada a poucos metros da RS 324, no trecho que liga Marau a Passo Fundo. Há muitos anos cultiva artesanalmente a erva-mate, há cerca de uma década começou a receber visitantes para, além de comprar a erva, observar como esta era fabricada. Assim, nos últimos anos junto com a Prefeitura Municipal estão se desenvolvendo atividades ligadas ao turismo, porém ainda não em grande porte, pois o local não conta com estrutura adequada para receber um grande número de turistas.

A associação (A3), ligada diretamente à produção de artesanato, está a cerca de 23 anos no mercado, porém se torna notável o aumento da demanda, o incentivo e apoio do poder público a partir da Rota dos Trigais, pois além dos incentivos financeiros, através da Atuaserra foi possível oferecer aos artesãos cursos de aperfeiçoamento com a palha do trigo e do milho. A associação (A3), é composta de 23 artesãos e, atualmente, recebe encomendas (artesanato) de turistas que residem em Portugal, Arábia Saudita, Alemanha, São Paulo, Goiás, Mato Grosso do Sul, de pessoas que passaram pelo município e entram em contato posteriormente.

Em Vila Maria, a única empresa que trabalha o turismo receptivo a (A4), surgiu há cinco anos e a cerca de um ano e meio está com novos proprietários, estes oferecem principalmente o Turismo de Aventura nos diversos atrativos naturais existentes no Município. A dificuldade maior está nos equipamentos e serviços do município que ainda não possui restaurantes e hotéis em nível suficiente para receber turistas, fato que gera conseqüências na prática, pois por mais que haja demanda, esta muitas vezes é dispensada por não haver hospedagem para grandes excursões. Saliu que para o êxito da Rota dos Trigais os Município de Passo Fundo e Marau serão estratégicos para hospedagens, alimentação e entretenimentos.

No total, foram dez as empresas identificadas e abordadas neste estudo, todas visualizaram que a atividade turística já proporcionou oportunidades para os Municípios da Rota, tanto as que já estavam no mercado, quanto àquelas que surgiram a partir da Rota, revelam a preocupação e a ação do poder público com a implementação da Rota, bem como com a infra-estrutura de apoio à atividade. Porém, quatro delas ressaltaram pontos negativos que devem ser considerados pelos gestores de turismo nos Municípios.

Em Passo Fundo, há a necessidade do contato mais próximo entre o poder público e a iniciativa privada, para que a divulgação, a conscientização comunitária, bem como dos empreendedores se dissemine e o relacionamento público-privado se fortaleça na contemplação das prioridades Municipais. Em Marau, uma das empresas que é caracterizada como uma associação (A3), demonstrou insatisfação com referência ao poder público na liberação de pontos centrais e estratégicos do Município para outros artesãos de fora virem vender seus produtos, retornando posteriormente para suas localidades de origem, prejudicando a venda e a manutenção de empresas locais, pois se tratam de vendedores ambulantes que montam suas barracas na praça central retirando a demanda por produtos locais. Quanto aos aspectos positivos, impactou de maneira significativa os empreendedores a infra-estrutura melhorada, principalmente na via de acesso que interliga os Municípios RS 324, que apresenta em todo o seu percurso sinalização turística bem localizada e de fácil identificação, favorecendo o turista a chegar e localizar os pontos estratégicos da Rota dos Trigais. Outro fato levantado positivamente, foi o apoio dos gestores de Marau e Vila Maria para com os empreendedores locais, facilitando o diálogo e o fortalecimento do sistema turístico. Observa-se que o poder público de Marau, além de apoiar financeiramente arcando com as despesas do ponto de venda da associação (A3) aqui referenciada, mantém um planejamento e acompanhamento significativo junto ao estabelecimento encarregado pelo Turismo de Aventura. Já em Vila Maria, o que mais foi evidenciado se refere ao conhecimento e auxílio técnico proporcionado pelas parcerias com o Sebrae, informando os pequenos empreendedores sobre as práticas e diretrizes fundamentais para o desenvolvimento do turismo.

Notou-se, também, por meio das entrevistas, que a dificuldade de diálogo entre poder público e iniciativa privada, ainda é muito presente, embora o poder público busque auxiliar nas atividades dentro de seu orçamento, isto muitas vezes não é considerado pela iniciativa privada, contrariamente, entrando em questão também as disputas políticas e as preferências de partidos que criam a antipatia de alguns empreendedores pelas ações públicas. Através da Rota, espera-se uma valorização maior das empresas que trabalham com o resgate cultural e o incentivo aos pequenos empreendedores que, na maioria das vezes, não acreditam na potencialidade mercadológica de seus artesanatos e lembranças

acabando por não acreditarem em suas habilidades buscando outras formas de sustento que não a do turismo.

Por fim, convém lembrar, que não foram trazidas para a análise instituições de representatividade da Iniciativa privada, tais como associações do comércio, da indústria, de bares e hotéis, por haver identificado que as mesmas, ainda, não estão participando nas discussões sobre a Rota, fato confirmado pelos gestores de turismo. Isto revela, no entanto, que a Rota está iniciando seu processo de implementação em fase de inventário e planejamento turístico, e que brevemente deverá buscar para o bom êxito e solidificação das parcerias público-privado, o contato com as referidas instituições para chegar-se assim às reais necessidades e situações enfrentadas por estes estabelecimentos na prática, favorecendo a partir disso uma retroalimentação (feedback) do sistema turístico.

Pôde-se, verificar que todos os projetos planejados pelos gestores de turismo dos municípios no que se refere a Rota dos Trigais são de maneira integrada, sendo que vários destes, conforme descrito no presente estudo, já foram implementados e outros estão em fase de planejamento. Nesse sentido, como a Rota dos Trigais está em fase de implementação ousou-se trazê-la como objeto de estudo levando em consideração a importância dos atores trabalharem de maneira integrada, pois se observou que os resultados já são percebidos, principalmente, no que se refere à infra-estrutura. Nota-se, que mesmo a Rota estando em fase de implementação, já demonstra resultados positivos em nível de gestão para o desenvolvimento do turismo na região. E os resultados não incentivam só as práticas de turismo atuais, mas se for ressaltar as melhorias nas vias de acesso, na sinalização, nos equipamentos e serviços turísticos, que incluem hospedagem, alimentação, etc, percebe-se que isto retorna aos municípios em seus diversos segmentos, favorecendo a logística, o escoamento de produção das empresas e indústrias instaladas, a localização e informação da qual Rota que pertencem os referidos Municípios, as indicações de possíveis paradas para quem por ali passa, ou seja, incentivando o dinamismo do empresariado local e em conseqüência potencializando, no futuro, o desenvolvimento de outros tipos de turismo, tais como, o Turismo de Negócios.

Quanto aos aspectos observados que carecem de melhorias, além da infra-estrutura em alguns municípios, aparece também a necessidade de diálogo, interação e comunicação entre órgão público, iniciativa privada e comunidade, esta importante tríade para o êxito em qualquer processo de desenvolvimento, mas sobretudo quando se trata do turismo, sem o auxílio da iniciativa privada e a conscientização da comunidade dificilmente pode-se obter um desenvolvimento turístico mais contundente. Pois, por mais que o turismo não seja uma “atividade principal, é possível que se constitua, juntamente com a indústria, um dos poucos fatores genuínos que colaborem para o aumento do produto interno bruto” (BOULLÓN, 2005, p. 76).

Em relação à necessidade de pensar o território e seu desenvolvimento por meio da união dos Municípios que compõem a Rota dos Trigais, vale dizer que presenciou-se a integração entre os gestores municipais do turismo em suas ações em prol do desenvolvimento do turismo regional, salienta-se que as ações integradas foram vistas como um avanço no envolvimento e participação dos Municípios, porém teme-se que estas fiquem atuantes enquanto os atuais gestores permanecem em seus cargos de gestão pública, que sabe-se é transitório. Resta agora verificar como integrar os setores de gestão pública, como transformar estas ações em políticas integradas, pois as ações poderão paulatinamente, com a troca de gestão pública poderão fenecer, contudo, se houverem políticas integradas entre as secretarias, como por exemplo, de Meio ambiente, efetuando o controle e avaliação dos impactos ambientais da atividade turística, oferecendo suporte para a prática turística, incentivando e engajando-se no planejamento urbano, a secretaria de educação com a adoção de políticas de perpetuação das potencialidades municipais e regionais, a internalização da história, cultura e costumes, compartilhando, então de uma visão a longo prazo, estas podem tornar-se parte de políticas públicas integradas de forma regional, para a efetiva continuidade do projeto turístico regional: Rota dos Trigais.

Em última análise, é importante visualizar o desenvolvimento regional como um processo endógeno, conforme Filippin; Rossetto; Rossetto (2007), este tipo de desenvolvimento caracterizado pela endogênização como estratégia, requer protagonistas que, numa ação integrada, traçam, executam planejamento capaz de promovê-lo. Uma vez que a administração pública tem sido apontada como um desses protagonistas da promoção do desenvolvimento, necessita-se de um sistema de governo municipal capaz de formular e implementar políticas públicas e decisões requeridas para ascensão de um tipo de desenvolvimento capaz de gerar sustentabilidade não só atual, mas futura, isso requer visão estratégica e de longo prazo, valorização e participação cidadã e ampla articulação de redes interorganizacionais, mobilizando, assim, o território na busca de fomentar o seu desenvolvimento.

CONCLUSÃO

Partido da importância da integração entre os atores municipais para o êxito regional, chegou-se através deste estudo à Rota dos Trigais, um projeto de desenvolvimento turístico integrado envolvendo cinco municípios do planalto gaúcho, sendo eles; Casca, Santo Antônio do Palma, Vila Maria, Marau e Passo Fundo.

O presente estudo buscou identificar e analisar as ações de integração entre os gestores dos municípios que compõem a Rota dos Trigais no que se refere ao desenvolvimento do turismo regional. Identificou-se, num primeiro momento, os potenciais turísticos dos Municípios, caracterizando a oferta turística e seus elementos e posteriormente através da aplicação do questionário as ações integradas desenvolvidas ou em fase de planejamento por parte dos gestores do turismo municipal. Os Municípios que integram este projeto; Passo Fundo, Marau, Vila Maria, Santo Antônio do Palma e Casca localizam-se no Planalto médio do Rio Grande do Sul, contam com o apoio da Atuaserra (Associação de Turismo da Serra Gaúcha) que abrange, entre outros, os Municípios de Caxias do Sul e Bento Gonçalves, visualizando uma oportunidade junto à Rota dos Trigais de opção turística diferenciada mais enfocada no Turismo Religioso e de Aventura. Assim, os Municípios que compõem a Rota dos Trigais partiram para a união de esforços e recursos visando a oportunidade no turismo, que nas últimas décadas auferiu crescimento significativo nos diversos segmentos da sociedade. Tendo em vista que a maioria da população encontra-se hoje situada nas áreas urbanas, a necessidade de contato com o campo, com a natureza em atividades de lazer e descanso, além do interesse em conhecer outras culturas e hábitos regionais, seguindo uma tendência mundial, a Rota dos Trigais vem se estruturando de maneira a poder proporcionar um conjunto de atrativos de qualidade e dotado de diferenciais que enfocam principalmente a cultura italiana e polonesa.

Iniciou-se este estudo, também com o intuito de desenvolver uma pesquisa com os turistas da Rota dos Trigais, através da aplicação de um questionário, com o objetivo de identificar dados quantitativos relevantes em relação à demanda turística. Porém, no decorrer do estudo, verifica-se que a demanda turística ainda não se caracteriza efetivamente pela visita à Rota dos Trigais e sim por alguns atrativos de forma fragmentada, o que levou a crer que uma análise neste âmbito seria ainda precoce de realizar.

Entretanto, concomitante à aplicação dos questionários aos gestores, foi-se percebendo que os mesmos não detinham ou não visualizavam resultados obtidos através do turismo, bem como da Rota dos Trigais nos últimos anos, afirmando que a Rota estaria em fase de implementação (como está) e que os resultados ainda não poderiam ser percebidos. Através destas afirmações, instigou-se o desejo de aprofundar tais questionamentos, assim, junto a cada órgão municipal buscou-se identificar as empresas que surgiram nos últimos três anos ligadas diretamente ao turismo e além destas chegou-se também àquelas que já estavam no mercado, mas que passaram a visualizar e investir na oportunidade do turismo. Desenvolveu-se, então, uma entrevista com as 10 empresas detectadas buscando visualizar suas percepções em relação ao turismo, a Rota dos Trigais, as parcerias firmadas e as ações dos gestores municipais vistas pelo âmbito do empreendedor envolvido diretamente na atividade turística. Chegou-se assim, a um resultado final de dissertação diferentemente do que se propunha inicialmente, fato este que nos permite afirmar que projetos desenvolvidos de forma regional e integrada são constituídos de ações de curto, médio e longo prazo e, portanto, uma análise sobre a demanda turística poderá ser um próximo estudo a ser desenvolvido na Rota dos Trigais.

Adotou - se como metodologia, a documentação indireta através de pesquisa bibliográfica e documental, a documentação direta utilizando-se de questionário, direcionado aos responsáveis municipais do turismo, entrevista realizada com os empreendedores vinculados à atividade turística, além de realizar a observação não participante – utilizando adaptação do modelo de Lynch (1997) e Boullón (2002) para o reconhecimento dos atrativos que compõem o espaço turístico natural e urbano.

Por este trabalho tratar da gestão pública do turismo, o acesso a dados e documentos não foi total, o que permitiu desenvolver uma análise conforme as informações restritas que se obteve. Quanto à aplicação do questionário direcionado aos gestores municipais de turismo, buscou-se percorrer os municípios e aplicá-los no próprio órgão público, o mesmo aconteceu com a entrevista às empresas, detectadas através de informações dos gestores municipais, diretamente ligadas ao turismo em que por meio de visitas realizaram-se as entrevistas diretamente com os empreendedores.

Através do trabalho de campo, observou-se que a Rota dos Trigais, trabalha principalmente o Turismo Religioso, o Turismo de Aventura e o Turismo Rural. Seu público-alvo, inicialmente, concentra-se num raio de 120 Km ao redor dos municípios que a integram.

Notou-se que os Municípios de Santo Antônio do Palma e Casca, possuem atrativos complementares, que por si só não movimentam o fluxo de turistas, ressaltando que o primeiro possui vias de acesso, equipamentos e serviços turísticos insatisfatórios, porém seus elementos ao serem incrementados passarão a tornar-se complementos turísticos.

Já os Municípios de Vila Maria e Passo Fundo são destaques para o Turismo Religioso e de Aventura, que por si podem movimentar fluxos turísticos, além disso Passo Fundo conta ainda com o Turismo Rural já estruturado para receber o turista (SEBRAE, 2007), ambos possuem em seus empreendimentos turísticos, equipamentos, serviços e vias de acesso satisfatórias, apenas ressalta-se a necessidade do Município de Vila Maria ampliar sua estrutura de serviços ao turista, principalmente no que se refere ao segmento hoteleiro e alimentício.

Marau é um Município que está em fase de estruturação para o turismo, bem como para o êxito de sua contribuição com a Rota dos Trigais, percebe-se uma importante preocupação do poder público para com este setor. O Município possui equipamentos e serviços satisfatórios, conta com um atrativo relacionado ao Turismo de Aventura que por si movimenta um fluxo significativo de turistas, sendo complementado pelos demais atrativos que ao serem incrementados poderão auxiliar na soma de opções turísticas da Rota.

Nota-se que a Rota dos Trigais vem seguido a perspectiva do que preconiza Boullón (2005, p. 77-79), na proposta de manter as diferenças sem deixar de integrar-se com os demais elementos, a fim de que o conjunto funcione harmoniosamente e o desenvolvimento de um elemento não se efetive em função da crise do outro. Nesse sentido, isso implica ressaltar a idéia de rede, a estrutura rede não é contrária ao funcionamento autônomo de suas partes porque para evitar que o todo integrado perca a eficiência, é necessário que seus elementos cumpram sua função, ligados, porém, por relações que os façam interdependentes, com a vantagem de que cada elemento unitário seja mais forte e sólido em função de sua atuação como um todo, ao invés da sua atuação isolada.

Organizar-se de maneira regional é um caminho encontrado para que a Rota dos Trigais possa buscar seu desenvolvimento no turismo, através da soma de aparatos, que isolados não teriam potencial de atratividade para permitir e sustentar investimentos em Turismo. Assim, a Rota poderá ser composta de produtos integrados e formatados com identidade própria e específica explorando o que de melhor pode-se extrair da união em todas as instâncias, dos recíprocos e mútuos interesses locais.

Para que isso se torne possível, alguns pontos são urgentes na promoção do desenvolvimento turístico na Rota dos Trigais: a realização de um inventário turístico junto a um estudo da demanda turística, pois é a partir dela que se busca trabalhar os potenciais turísticos; a conscientização da comunidade e dos empreendedores locais quanto ao objetivo da Rota dos Trigais buscando disseminar uma cultura turística; a conformação e solidificação da superestrutura unindo público e privado; o fomento aos investimentos de infra-estrutura junto aos atrativos turísticos; a qualificação técnica dos recursos humanos nas instâncias do planejamento, haja vista que somente o Município de Vila Maria conta com um profissional atuando como gestor de turismo com qualificação especializada; a

busca de melhorias na RS 324 principal via que interliga os Municípios da Rota, que se encontra em precária conservação no trecho que liga Vila Maria a Santo Antônio do Palma; e, com exceção de Vila Maria a melhoria na sinalização turística interna nos demais Municípios.

Quanto às ações de turismo integradas, observa-se que estas estão sendo desenvolvidas com elevado comprometimento por parte dos gestores de turismo municipais, evidenciando que a Rota completa dois anos com uma significativa parcela de seus projetos turísticos efetivados. Porém, observar o êxito das ações integradas de planejamento que estão se encaminhando na Rota de forma coerente e cautelosa, não evita dizer que há necessidade urgente do melhoramento infra-estrutural do empreendimento turístico, incluindo, também seus equipamentos e serviços, que se tornam condicionantes para efetivar a venda do produto turístico. Pois, não se pode esquecer que a parceria com a Atuaserra favorece o fluxo turístico, além de favorecer também à divulgação dos potenciais turísticos da Rota, o que exige um alcance pelo menos satisfatório do que é propagado, para que o conjunto não venha ser prejudicado. Por isso, é que atualmente, fazem parte do Roteiro Turístico Religioso os municípios de Passo Fundo, Vila Maria e Casca e do Roteiro de Aventura, Vila Maria e Marau por já apresentarem tais elementos.

Nota-se, como aspecto significativo que os gestores saindo de linhas mais gerais de planejamento, passaram das estratégias para suas respectivas aplicações, levando os resultados apresentados a serem percebidos pela comunidade. Porém, em contrapartida, um dos pontos fundamentais que negativamente foi observado e que não se pode deixar de salientar, a comunicação e o diálogo com a comunidade, bem como com a atividade privada fato que demonstrou deficiência em alguns Municípios, principalmente em Passo Fundo, Santo Antônio do Palma e Casca. Isso remete ao que sublinha Boullón (2005), pois é preciso admitir que os homens do município (aqueles que vivem nele todos os dias enfrentam a realidade que qualifica o lugar em que atuam) conhecem muito melhor quais são suas necessidades, o que acontece com a mão-de-obra especializada, de que forma funciona localmente o turismo e que obstáculos dificultam o desenvolvimento do setor.

Percebe-se, no entanto, que os Municípios ao integrarem a Rota não deixaram suas características próprias, porque é a partir destas características que cada Município contribui para o desenvolvimento da região, buscando não totalizar, mas valorizar a identidade e a cultura que constitui cada um deles. Nesse sentido, observou-se que cada gestor do turismo municipal está procurando desenvolver suas potencialidades locais em prol de um objetivo regional: a Rota dos Trigais.

Sumariamente, sabe-se da importância das regiões procurarem várias formas de desenvolvimento, o turismo consiste numa destas formas, pois, o aumento planejado de fluxos turísticos pode dinamizar as economias locais e regionais pelas demandas que os

turistas trazem consigo (hospedagem, alimentação, entre outras), multiplicando infra-estruturas, gerando postos de trabalho e fazendo o dinheiro circular. Sabe-se, também, que o incremento deste setor não sanará todas as dificuldades da região, que nem a iniciativa privada, nem o poder público atuando de forma isolada farão com que a região obtenha maior êxito em seu desenvolvimento. Mas, a sua integração se faz valiosa, pois a união de esforços, recursos e informações vem agregar o desenvolvimento do turismo aos demais setores primário e secundário, formando um diferencial de desenvolvimento regional, visto que, atualmente as regiões passaram a competir entre si, exigindo tais diferenciais. Portanto, o turismo sendo tratado de maneira séria e responsável, vem contribuir neste aspecto ao incentivar e fomentar as potencialidades locais podendo proporcionar assim melhores condições econômicas, sociais e culturais.

Concluindo, ratifica-se que o presente estudo trata de um primeiro registro extremamente exploratório de um processo de investimento na atividade turística que está sendo realizado de forma integrada, unindo cada potencialidade turística municipal a fim de viabilizar um projeto turístico regional, denominado Rota dos Trigais. Ficando, este, à disposição para o apoio aos gestores municipais, bem como para futuros estudos e pesquisas a serem realizados na Rota dos Trigais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACERENZA, Miguel Angel. *Administracion Del turismo: conceptualización e organización*. México: Trilhas, Vol. 1, 1995.

_____. *Promoção Turística: um enfoque metodológico*. São Paulo: Pioneira, 1991.

ANDRADE, José Vicente de. *Turismo fundamentos e dimensões*. São Paulo: Ática, 1999.

ARANTES, Nélio. *Sistemas de gestão empresarial: conceitos permanentes na administração de empresas válidas*. São Paulo: Atlas, 1994.

BATISTELLA, Alessandro; KNACK, Eduardo R. J. Antologia do Município de Passo Fundo: a cidade e a região durante os séculos XVII, XVIII e XIX. In: BATISTELLA, Alessandro (Org.). *Passo Fundo, sua história*. v. 1. Passo Fundo: Méritos, 2007.

BECKER, Bertha. Políticas e Planejamento do Turismo no Brasil. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani A.; CRUZ, Rita de Cássia A. da. (Organizadores). *Turismo: Espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec, 1996.

BENI, Mario Carlos. *Análise Estrutural do turismo*. São Paulo: Senac, 1998.

BENKO, G. *A ciência regional*. Oeiras: Celta, 1999.

BOULLÓN, Roberto C. *Planificación del espacio turístico*. México: Trilhas, 1997.

_____. *Planejamento do espaço turístico*. Tradução Josely Vianna Baptista. São Paulo: Edusc, 2002.

_____. *Os municípios turísticos*. Tradução Carlos Valero. São Paulo: Edusc, 2005.

BRASIL, Ministério do Turismo. *Plano Nacional do Turismo – diretrizes, metas e programas; 2003-2007*. Disponível em: <www.turismo.gov.br>. Acesso em março de 2007.

BRASIL, Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo. Secretaria de Turismo e Serviços. *Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT*. (c. a. 1994).

CASTELLI, Geraldo. *Turismo: atividade marcante do século XX*. Caxias do Sul; Universidade de Caxias do Sul, 1996.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza. *Introdução a geografia do turismo*. São Paulo: Roca, 2001.

_____. Planejamento Governamental do Turismo: convergências e contradições na produção do espaço. In: LEMOS... et al. *América Latina: cidade, campo e turismo*.

Conselho Latinoamericano de ciências sociais. São Paulo: Dezembro, 2006. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar>> . Acesso em Julho de 2007.

DANTAS, Ana Lúcia de Farias Lucena. *Atividade turística e os caminhos sustentáveis: um estudo de caso nos municípios de Racho Queimado, SC*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 1999.

DE ROSE, Alexandre Turatti. *Turismo, planejamento e marketing*. Barueri: Banole, 2002.

DESLANDES, Suely Ferreira. MINAYO, Maria Cecília de Souza (organizadora). *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis- RJ: Vozes, 1994.

DIAS, Reinaldo. *Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. São Paulo; Atlas, 2003.

EICK, Cristina Luisa. *Administração turística aplicada as prefeituras municipais do vale do Rio Pardo*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Santa Cruz do Sul, 2001.

EMBRATUR. Disponível em: <www.embratur.com.br>. Acesso em Agosto de 2007.

EXAME. *Anuário Exame Turismo - 2007-2008*. São Paulo: Abril, 2007.

FEE, Fundação de Economia e Estatística. Disponível em: <<http://www.fee.tche.br>>. Acesso em Fevereiro de 2007.

FILIPPIN, Eliane Salete; ROSSETTO, Carlos Ricardo; ROSSETTO, Adriana Marques. *Desenvolvimento regional e a gestão pública municipal: um estudo de caso em municípios do Meio Oeste catarinense*. In: Revista Contemporânea de Ciências Sociais aplicadas da FAPLAN/ Faculdades Planalto – ano 4, n. 7. Passo Fundo: FAPLAN, jul./dez.2007.

FONSECA, Paula Moreti. *Turismo e Desenvolvimento no Estado de São Paulo: A atuação do poder público*. Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo. 2006. Disponível em: < <http://poseca.incubadora.fapesp.br/portal/comunicacao/outros-ccom/dados/2006/titulo>>. Acesso em Novembro de 2007.

FLOSS, Elmar Luiz. *Anais do I Fórum de Municipalização do Turismo*. Potencialidades e Serviços Turísticos de Passo Fundo.1. ed. Passo Fundo: Berthier, 1995.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HALL, Michael C. *Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos*. São Paulo: Contexto, 2007.

HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1992.

HOLTZ, Orestes. *Caminhos do turismo integrado ao lago de Itaipu*. Florianópolis, 2005.

HOLZER, Werthier. *Paisagens de viajantes: paisagens e lugares de um novo mundo*. In: Revista GEOgraphia, ano II, n. 3, 2000.

IBERAMÉRICA. *Turismo em Ibero - América*. Disponível em: <<http://www.ciberamerica.org/Ciberamerica/Portugues/Areas/turismo/inicio.htm>>. Acesso Novembro de 2007.

IBERAMÉRICA. *Lugares de Interesse*. Disponível em: <<http://www.ciberamerica.org/Ciberamerica/Portugues/Areas/turismo/inicio.htm>>. Acesso em 10 de Novembro de 2007.

IBERAMÉRICA. *Indicadores e Estatísticas*. Disponível em: <<http://www.ciberamerica.org/Ciberamerica/Portugues/Areas/turismo/inicio.htm>>. Acesso em Novembro de 2007.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/mapas/>>. Acesso em Novembro de 2006.

KUJAWA, Henrique A. Formação étnica de Passo Fundo e região. In: DIEHL, Astor Antônio (org.). *Passo Fundo: uma história, várias questões*. Passo Fundo: EDIUPF, 1998.

LAGE, B. H. G., Milone, P.C. *Economia do turismo*. São Paulo: Papyrus, 1991.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostras e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados*. São Paulo: Atlas, 1999.

LEMOS, Leandro. *O valor turístico na economia da sustentabilidade*. São Paulo: Aleph, 2005.

LIMA, Luiz Cruz. O planejamento regional ajuda o turismo? In: In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani A.; CRUZ, Rita de Cássia A. da. (Organizadores). *Turismo: Espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec, 1996.

LYNCH, Kevin. *A imagem da cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

MOESCH, Marutschka Martini. *A produção do saber turístico*. São Paulo : Contexto, 2000.

MOLINA E., Sergio. *Turismo y Ecología*. México: Trillas, 1998.

MONTEJANO, Montaner Jordi. *Estrutura do Mercado Turístico*. Tradução: Andréia Favano. 2. ed. São Paulo: Roca, 2001.

MONTOYA, et. al. *Descrição e previsão setorial do desenvolvimento econômico da Região da Produção entre 1970 e 2010*. Passo Fundo: Ediupf, 1999.

OMT, Organização Mundial do Turismo. *Turismo en Iberoamérica: Panorama atual*. In: VI Reunião Ministerial de Turismo. Disponível em: <www.unwto.org>. Acesso em Novembro de 2007.

PAIVA, Carlos Aguedo N. (Coord.). *RS em mapas e dados: bases georreferenciadas para a comparação do desempenho socioeconômico dos municípios gaúchos entre 1966 e 2006*. Porto Alegre: FEE, 2007. 1CD-ROM.

PETROCCHI, Mario. *Turismo: Planejamento e Gestão*. São Paulo: Futura, 1998.

PIRES, Jucélia F. et. al. *Desenvolvimento e Turistificação de territórios no Brasil: um ensaio sobre o desenvolvimento do turismo na região Meio-Oeste de Santa Catarina*. In: 6ª Bienal Del Colóquio de Transformaciones Territoriales. Santa Fé, 2006.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CASCA.. Disponível em: <www.pmcasca.com.br>. Acesso em Ago – Out, 2007.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAU. Disponível em: <www.pmmarau.com.br>. Acesso em Ago - Out, 2007.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PASSO FUNDO. Disponível em: <www.passofundo.rs.gov.br>. Acesso em Ago – Out, 2007.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO ANTÔNIO DO PALMA. Disponível em: <www.pmpalma.com.br>. Acesso em Ago – Out, 2007.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VILA MARIA. Disponível em: <www.pmvilamaria.com.br>. Acesso em Ago – Out, 2007.

RAIS, Relação Anual de Informações Sociais - 2005. Disponível em: <www.rais.gov.br>. Acesso em Julho de 2007.

ROCA, Z.; OLIVEIRA, J. *Identerra – identidade territorial no desenvolvimento das regiões ultraperiféricas*. In: 1ª Conferência do Atlântico. Madeira: Ceged, 2004.

ROESCH, S. M. A. *Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RUMOS 2015. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/propesq/forum/publicacoes/rumos2015.htm>>. Acesso em Fevereiro de 2007.

RUSCHMANN, Dóris Van de Meene. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. Campinas: Papirus, 1997.

_____. *Turismo e desenvolvimento sustentável: a proteção do meio ambiente*. 3. ed. Campinas: Papirus, 1999.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização – Do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

_____. *A natureza do espaço*. São Paulo: Edusp, 2002.

SAUER, O. A morfologia da paisagem. In: CORREA; RODENZAHN (orgs.). *Paisagem, tempo e cultura*. Rio de Janeiro: Eduerj, 1998.

SCHIER, Raul A.. *Trajetórias do Conceito de paisagem na geografia*. In: Revista RA'EGA, Curitiba, n. 7, p. 79-85, 2003. Editora UFPR.

SEBRAE. Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas. *Diagnóstico turístico da Rota dos Trigais* (documentos internos). Vila Maria. RS, 2007.

SETUR. Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.turismo.rs.gov.br/>>. Acesso em Novembro de 2007.

SILVEIRA, R. L. M. *Globalização, espacialidade e região*. Rio de Janeiro: UERJ, 2004. Disponível em: <www.lgeo.uerj.br/VICBG-2004>. Acesso em Abril de 2006.

SIVIERO, Ana Paula. *Os elementos do espaço turístico urbano no processo de planejamento: reflexões teóricas e articulações*. Revista RA'EGA, Curitiba, n. 11, p. 51-59, 2006. Editora UFPR.

SOUZA, M. J. L. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I. E. et. al. (Org). *Geografia: conceitos e termos*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.

THEIS, Ivo M; FEGER, Elmar. *Turismo e desenvolvimento regional: o caso meio oeste catarinense*. 2002. Dissertação. Pós –graduação Mestrado em Desenvolvimento Regional. Universidade Regional de Blumenau. Blumenau, 2002.

VAZ, Gil Nuno. *Marketing turístico: receptivo e emissor, um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados*. São Paulo: Pioneira, 1999.

YAZIGI, Eduardo. (org.) *Turismo e Paisagem*. São Paulo: Contexto, 2002.

PNUD. *Atlas do Desenvolvimento Humano*. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/atlas/tabelas/index.php>>. Acesso em Agosto de 2007.

SERRA GAÚCHA. *Curriculum ATUASERRA*. Disponível em: <<http://www.serragaucha.com/downloads/CurriculumeAtividadesdaAtuaserra.doc>>. Acesso em Agosto de 2007.

**ANEXO A - Questionário referente à coleta de dados para dissertação de
mestrado**

**UNISC - Universidade de Santa Cruz do Sul – Programa de Pós-graduação em
Desenvolvimento Regional – Mestrado/ Doutorado
Questionário referente a coleta de dados para dissertação de mestrado**

Município: _____ Data: ___/___/___
 Entrevistado: _____
 Cargo: _____
 Telefones: _____ E-mail: _____

QUANTO A ESTRUTURA ORGANIZACIONAL MUNICIPAL:

1- Qual secretaria ou departamento municipal responsável a qual o turismo está vinculado?

Caso não exista um departamento específico de turismo, qual a destinação dos assuntos pertinentes ao setor?

2 - Ocorrendo a existência de secretaria, qual o número de pessoas que atuam na secretaria/ departamento de turismo:

- () Uma pessoa
 () De 2 a 5 pessoas
 () De 6 a 10 pessoas
 () Mais de 11 pessoas

3- Qual a formação da pessoa que atua na área de turismo?

QUANTO A ROTA DOS TRIGAIS:

1- Estão sendo realizados encontros e reuniões para a discussão de assuntos pertinentes a ações integradas entre os municípios da Rota dos Trigais?

- () sim
 () 1 vez por mês () a cada três meses () semestral () anual
 () não

2 - Quais os principais projetos turísticos regionais integrados em andamento ou a serem executados com vista ao fortalecimento da Rota dos Trigais?

a) Qual os setores com maior investimento financeiro: (citar os três mais significativos)

() Eventos. Especifique:

() Divulgação. Especifique:

() Infra – estrutura pública. Especifique:

() Infra estrutura privada. Especifique:

() Outros (especificar)

3 - Qual o percentual do orçamento municipal destinado especificamente ao turismo no ano de 2006?

() Não existe percentual destinado ao turismo

() Menos de 2%

() De 2,01% a 4%

() De 4, 01% a 6%

() De 6,1% a 10%

() Mais de 10%

4 - Existem parcerias de ação na área de turismo com a iniciativa privada?

() Sim - descreva-as (principais parcerias)

() Não

5 - Existem parcerias de ação na área de turismo dos municípios com o Governo do Estado:

() Sim

Especifique _____

() Não

6 - Quais são os resultados sociais e econômicos do projeto Rota dos Trigais que já são percebidos pela região?

7 – A população está engajada e consciente destes benefícios?

- () Sim
() Não – Porquê?

QUANTO AOS ATRATIVOS:

1- Quais os principais potenciais turísticos existentes no município? (colocar em ordem de importância decrescente).

2 - As condições de acesso a pontos turísticos são satisfatórias:

- () Sim () Não

Especifique:

3 - Existe sinalização turística de apoio que permita a fácil identificação?

- () Sim () Não

4 - Existe infra-estrutura de apoio aos visitantes?

- | | | |
|---|-------------------------|---------|
| - Instalações sanitárias | () Sim | () Não |
| - Restaurantes | () Sim (quantos) _____ | () Não |
| - Lanchonetes | () Sim | () Não |
| - Segurança pública | () Sim | () Não |
| - Aluguel de equipamentos de transporte | () Sim | () Não |

5 - Os parques e áreas de lazer estão abertos a visitação durante todo o ano:

- () Sim () Não

6 - Existe oferta de banheiros, lanchonetes e restaurantes adequados para atender os visitantes junto a principal via de acesso ao município?

- () Sim - Especifique

- () Não

7 - Os núcleos de produção e distribuição de artesanato de referência cultural apresentam interesse turístico:

- () Sim () Não () Não existem

8 - Os eventos de atratividade local exercem atratividade turística:

- () Sim () Não

Obrigada pela colaboração!

Jucélia F. Pires
Mestranda em Desenvolvimento Regional - UNISC