

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS EXATAS E NATURAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA
DOUTORADO EM GEOGRAFIA

SILVANA KLOSTER DOS SANTOS

OS TERRITÓRIOS DE GOVERNANÇA E SUAS REDES GEOGRÁFICAS:
ESTUDOS SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NOS
CAMPOS GERAIS/PR, BRASIL E COMUNIDADE AUTÔNOMA DE
ARAGÃO, ESPANHA.

PONTA GROSSA
2017

SILVANA KLOSTER DOS SANTOS

**OS TERRITÓRIOS DE GOVERNANÇA E SUAS REDES GEOGRÁFICAS:
ESTUDOS SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NOS
CAMPOS GERAIS/PR, BRASIL E COMUNIDADE AUTÔNOMA DE
ARAGÃO, ESPANHA.**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Geografia, no Setor de Ciências Exatas e Naturais da Universidade Estadual de Ponta Grossa, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Geografia.

Orientação: Prof. Dr. Luiz Alexandre Gonçalves Cunha.

Co-orientação: Prof. Dr. Marcelino de Souza.

PONTA GROSSA

2017

Ficha Catalográfica
Elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação BICEN/UEPG

Santos, Silvana Kloster dos
S237 Os territórios de governança e suas
redes geográficas: estudos sobre o
desenvolvimento do turismo rural nos
Campos Gerais/PR, Brasil e Comunidade
Autônoma de Aragão, Espanha/ Silvana
Kloster dos Santos. Ponta Grossa, 2017.
211f.

Tese (Doutorado em Geografia - Área de
Concentração: Gestão do Território:
Sociedade e Natureza), Universidade
Estadual de Ponta Grossa.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Alexandre
Gonçalves Cunha.

Coorientador: Prof. Dr. Marcelino de
Souza.

1.Governança. 2.Turismo rural.
3.Território. 4.Redes geográficas.
I.Cunha, Luiz Alexandre Gonçalves. II.
Souza, Marcelino de. III. Universidade
Estadual de Ponta Grossa. Doutorado em
Geografia. IV. T.

CDD: 338.479.1

TERMO DE APROVAÇÃO

SILVANA KLOSTER DOS SANTOS

**"OS TERRITÓRIOS DE GOVERNANÇA E SUAS REDES GEOGRÁFICAS:
ESTUDOS SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NOS
CAMPOS GERAIS/PR, BRASIL E COMUNIDADE AUTÔNOMA DE ARAGÃO,
ESPANHA"**

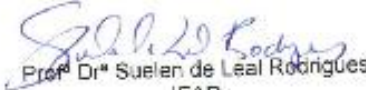
Tese aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor no
Curso de Pós-Graduação em Geografia, Setor de Ciências Exatas e Naturais
da Universidade Estadual de Ponta Grossa, pela seguinte banca examinadora:


Orientador / Luiz Alexandre Gonçalves Cunha
UEPG


Prof. Dr. Leonel Brizolla Monastirsky
UEPG


Prof. Dr. Luiz Fernando de Souza
UEPG


PI Prof. Dr. Eugenio Climent
UNIZAR/ESP


Prof. Dr. Suelen de Leal Rodrigues
IFAR

Ponta Grossa, 12 de abril de 2017

Dedicatória

Ao amigo e colega de doutorado, Alnary Nunes Rocha Filho (*in memorian*), pelo incentivo e amizade nesse breve tempo que passamos juntos. Ao Manoel Sirino dos Santos (*in memorian*), guia no Cânion Guartelá e empreendedor turístico, por suas contribuições para o desenvolvimento do turismo regional.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Programa de Pós Graduação em Geografia da Universidade Estadual de Ponta Grossa pela oportunidade de inserção no curso de Doutorado.

Agradecemos a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES pelas bolsas de demanda social e do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior – PDSE, concedidas por meio da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Ao Prof. Dr. Luiz Alexandre Gonçalves Cunha, pelas orientações e diálogos nesses seis anos de amizade, contados os anos de Mestrado e Doutorado.

As Professoras e ex-coordenadoras do Programa, Dr.^a Joselí Maria Silva, Dr.^a Silvia Meri Carvalho, Dr.^a Rosemeri Segecin Moro, Dr.^a Maria Ligia Cassol Pinto, por todo o apoio e atenção prestados.

Ao Professor Dr. Marcelino de Souza, por sua co orientação e incentivo no aprofundamento da tese, mas principalmente, agradeço por sua amizade.

Aos Professores Dr. Leonel Brizolla Monastirsky e Dr. Luciano Zanetti Pessôa Candiottto, por suas contribuições e participações nas bancas de qualificação e defesa.

Ao Professor Dr. Eugénio Climent,, da Universidad de Zaragoza, Espanha, que me acolheu na instituição durante o Doutorado Sanduíche no Exterior.

Ao Professor Dr. Javier Callizo Soneiro, por seu extraordinário apoio durante as pesquisas de campo em Zaragoza.

Ao ex-aluno e bolsista de iniciação científica, agora graduado do Curso de Licenciatura em Geografia, Carlino Beskow, agradeço pelo auxílio nas transcrições e por servir de fotógrafo em nossas expedições pelo meio rural.

Agradeço ao Grupo de Estudos Territoriais – GETE, em especial, o Professor Dr. Marcio Ornat, pelo incentivo, apoio e orientação sobre o banco de dados evocações e a Análise do Conteúdo.

Ao Douglas Costa, presidente da ADETUR e a gerente Karen Kobilarz, por abrirem as portas da agência de governança para a pesquisa.

Ao presidente da FARATUR, Sr. Jesus Marco Lucia, a Chefe do Serviço de Ordenação turística, Sr.^a Encarnación Estremera Gutierrez, ao Diretor Geral de Ordenação do Território do Governo de Aragón, Sr. Joaquín Palacín Eltoro, ao

diretor da Escola Universitária de Turismo de Zaragoza, Sr. Nicolás Guillén Navarro e aos empreendedores de turismo rural nas regiões de Huesca e Teruel.

A amiga Maria Angeles Acín, por me receber em sua casa em Zaragoza, pelo auxílio nas traduções e nas entrevistas de campo.

Aos agentes públicos nos Campos Gerais que participaram da pesquisa: Georgina Maria Jorge, dirigente do turismo de Sengés, Ebrahim Curi, dirigente de Turismo de Piraí do Sul, Vera Lucia de Oliveira Mayer, diretora de Turismo e Cultura de Palmeira, Alberto Portugal, secretário de Turismo de Tibagi, Ângelo Augusto Ghizzi Neto, diretor de Turismo de Jaguariaíva, Nádia Terumi Joboji, gestora de Projetos do SEBRAE e a todos os proprietários de empreendimentos rurais pesquisados.

A minha família, ao esposo Paulo Roberto, aos filhos, João Vitor e Maria Clara, à minha mãe, Neli, agradeço o apoio e a compreensão nos momentos de ausência.

A todos que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão desta pesquisa.

RESUMO

Esse trabalho tem por objetivo o estudo sobre as governanças regionais em turismo nos Campos Gerais do Paraná e em Aragão, Espanha, levando-se em consideração os projetos que estão mobilizando diversos atores locais para o desenvolvimento do Turismo Rural. Para tanto, discutiu-se a integração dos conceitos de território e redes geográficas em relação ao turismo. Contextualizou-se a formação dos modelos de governança regionais em ambas as regiões estudadas, analisando os sistemas organizacionais dos referidos modelos. Por fim, descreveu-se o perfil dos projetos e empreendimentos de turismo rural, em ambos os territórios. A tese foi realizada por etapas que incluem, na primeira etapa, o aprofundamento teórico, tendo como temas a perspectiva integradora do território, a turistificação do território, a governança e, por último, o turismo rural; a segunda etapa contou com pesquisa de campo tendo como suporte entrevistas gravadas com os agentes públicos e proprietários rurais envolvidos na atividade turística rural; e a terceira etapa foi a análise empregando o sistema DAFO e Análise do Conteúdo por meio de evocações. A perspectiva integradora foi importante para a pesquisa porque seu conceito envolve diferentes dimensões sociais capazes de desempenhar o papel de região como um conceito integrador. O turismo é um importante agente de alteração do território e utiliza-se das redes para a sua fluidez, sendo estas, fator determinante como instrumento de poder e seleção de lugares para sua turistificação. A governança é a rede que liga e articula os diferentes pontos ou 'nós' formados por agentes que atuam dentro da rede. A governança é responsável por coordenar, direcionar e articular as ações dentro do seu espaço. O turismo rural é visto como uma atividade 'alternativa', capaz de desenvolver os territórios rurais de maneira integrada, valorizando aspectos econômicos, sociais e culturais, sendo considerada uma possível solução para problemas de êxodo rural. Verificou-se que existem diferenças acentuadas entre as governanças e suas redes geográficas, numa das redes há pouca conexão e trocas, enquanto que na outra, essas trocas são fluidas e ocorrem rapidamente. O trabalho ressalta a importância da existência de políticas públicas específicas para o turismo rural porque auxiliam na melhor aplicação dos recursos financeiros e podem fomentar maior interação e comprometimentos dos atores envolvidos na atividade turística rural.

Palavras-chave: governança, turismo rural, território, redes geográficas.

ABSTRACT

This work aims at studying regional tourism governance in two different areas: Campos Gerais, in Paraná State, Brazil and Aragón, Spain. Taking into consideration projects which are mobilizing several local actors for the development of Rural Tourism. For that, it was necessary to discuss the integration of the concepts of territory and geographic networks in connection with tourism. It also sought to contextualize the formation of regional governance models in both regions, mainly, analyzing the organizational systems of these models. To supplement the information, it was described the profile of rural tourism projects and ventures in both territories. Therefore, the thesis was carried out in three stages. In the first stage, it was including the theoretical deepening, having such as subjects the integrative perspective of the territory, tourism in the territory, governance and, finally, rural tourism. In the second stage, it was described the field researches based in recorded interviews with the public agents and farmers involved in the rural tourism activity. And in the last step, it was used the DAFO system and Content Analysis by evocations. It was also necessary used of the integrative perspective as concept, gives thereby different social dimensions capable of playing the role of region such as an integrating concept. Furthermore, tourism is an important agent of alteration of the territory and its networks are used for its fluidity, being these, a determining factor as instrument of power and selection of places for the tourism. The governance is the network that connects and articulates different points or 'nodes' formed by agents that operate within a collective order. It is also responsible for coordinating, directing and articulating actions within its space. Usually, rural tourism is seen as an 'alternative' activity, capable of development the rural territories in an integrated way, valuing economic, social and cultural aspects, being considered a possible solution for rural exodus problems. Additionally, it was found that there are accentuate gaps between the governance and their geographic networks, for example, in one of the networks there is little connection and exchanges, while in the other, these exchanges are fluid and occur rapidly. Thus, the work emphasizes the importance of the existence of specific public policies for rural tourism and how they can help in the implementation of financial resources, and in the interaction and commitment of the actors involved in the rural tourism activity.

Keywords: governance, rural tourism, territory, geographic networks.

LISTAS

Quadro 1: Aprofundamento Teórico	18
Quadro 2: Síntese Metodologia.....	29
Quadro 3: Motivação e tipologia.....	77
Quadro 4: Leis específicas para o Turismo Rural	93
Quadro 5: Formas de Governança.....	106
Quadro 6 Representantes de diversos segmentos.	113
Quadro 7: Sistema da atividade turística através das dimensões da rede geográfica.	136
Quadro 8: Sistema de atividade da ADETUR Campos Gerais através da rede geográfica.....	138
Quadro 9: Sistema de atividade da FARATUR através da rede geográfica.....	139
Tabela 1: Entrevistas e Questionários.....	22
Tabela 2: Hierarquização das Regiões Turísticas e Nível de Desenvolvimento dos Municípios 2012	64
Tabela 3 Trajetória do turismo espanhol	68
Tabela 4: Oferta Total de hospedagem de turismo rural em Aragão.....	177
Tabela 5: Ocupação de hospedagem no Turismo Rural em Aragão – setembro/2016	179
Figura 1: Forma de abordagem por meio de convênio.....	19
Figura 2: Sistema DAFO - Análise de um Determinado Espaço Territorial	23
Figura 3: Inferências.....	26
Figura 4: Fichas Evocações	27
Figura 5: Sistema Turístico e seus subsistemas	39
Figura 6: Sistema de gestão PNT 2003 – 2007.....	57
Figura 7: Mapa da Regionalização do Turismo no Paraná	59
Figura 8: Localização de Aragão.....	69
Figura 9: Parques em Pirineus Aragonês.....	70
Figura 10: Áreas naturais protegidas em Aragão	71
Figura 11: Representação do Universo do Turismo Rural	77
Figura 12: Estrutura de coordenação do Programa de Regionalização do Turismo –	

Roteiros de Brasil	110
Figura 13: Competências das instâncias de coordenação	111
Figura 14: Atribuições das instâncias de Governança.	112
Figura 15: Logomarcas	117
Figura 16: Rede Christalleriana da Rede de Governança ADETUR Campos Gerais conforme hierarquia	118
Figura 17: Organização da ADETUR	119
Figura 18– 1º Salão do Turismo dos Campos Gerais	122
Figura 19: Linha do tempo – ADETUR Campos Gerais	124
Figura 20: Rede Christalleriana da Rede de Governança FARATUR	132
Figura 21: Rede de Governança ASETUR	133
Figura 22: Municípios e Propriedades Rurais pesquisados nos Campos Gerais	145
Figura 23: Serviços de turismo rural nos Campos Gerais	157
Figura 24: Página <i>web</i> da FARATUR.....	168
Figura 25: Figura representando <i>aldabas</i> – empreendimentos classificados.....	174
Figura 26: Espigas	175
Figura 27: Padronização na classificação das Comunidades Autônomas	175
Gráfico 1: Atrativos por Segmento na Região Turística Campos Gerais.....	63
Gráfico 2: Mão de obra no Turismo Rural	158
Gráfico 3: Espacialidade do Discurso.....	161
Gráfico 4: Coletivo Local e Organização Comunitária.....	162
Gráfico 5: Debilidades/Fragilidades nos Campos Gerais	164
Gráfico 6: Sistema DAFO no turismo rural de Aragão.....	182

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	18
2. PERSPECTIVA INTEGRADORA DO TERRITÓRIO	31
2.1 TURISTIFICAÇÃO DOS TERRITÓRIOS.....	36
2.1.1 Territorialização do Turismo na América Latina	46
2.1.2 O Processo de Formação dos Territórios Turísticos no Paraná.....	58
2.1.3 Os Campos Gerais do Paraná	60
2.1.4 Política Turística na Espanha.....	64
2.1.5 Comunidade Autônoma de Aragão	68
3. TURISMO RURAL: SURGIMENTO, FORMAS E CONCEITOS	74
3.1 OS TERRITÓRIOS RURAIS.....	81
3.2 TURISTIFICAÇÃO DOS TERRITÓRIOS RURAIS: O MODELO ESPANHOL.....	85
3.3 O TURISMO RURAL NO BRASIL	91
4. AS REDES GEOGRÁFICAS, GOVERNANÇA E O TURISMO.....	97
4.1 GOVERNANÇA	104
4.2 AS INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA REGIONAIS	115
4.2.1 Agência de Desenvolvimento do Turismo - ADETUR	115
4.2.2 Federación Aragonesa de Asociaciones de Turismo Rural - FARATUR.....	130
4.3 AS REDES GEOGRÁFICAS: ADETUR E FARATUR.....	135
5. GOVERNANÇAS REGIONAIS E O TURISMO RURAL.....	143
5.1 ADETUR E O TURISMO RURAL	143
5.1.1 Caracterização e contextualização do Turismo nos Municípios.....	146
5.1.2 Perfil do Turismo Rural nos Campos Gerais	155
5.1.3 Sobre a Organização Comunitária	160
5.2 FARATUR E O TURISMO RURAL EM ARAGÃO	167
5.2.1 Regulamentação do turismo rural em território aragonês	169
5.2.3 Sobre a Organização Comunitária	179
CONSIDERAÇÕES FINAIS	187
REFERENCIAS.....	192
APÊNDICES.....	204
ANEXOS	209

INTRODUÇÃO

A transformação de determinados territórios em territórios turísticos passou por muitos debates nos últimos setenta anos. Esses debates estão relacionados à centralização do poder sobre os programas de desenvolvimento, passando pela descentralização, e mais recentemente, com a regionalização dos programas de turismo. Estamos assistindo, atualmente, a constantes transformações no cenário turístico tradicional.

Nos últimos trinta anos, o turismo vem rompendo com o modelo clássico massificado de 'sol e praia' dos anos de 1960. O antigo sistema 'tripé' de sustentação do turismo, no qual correspondem os setores hoteleiro, gastronômico e de transportes¹, dão lugar a novas formas de comercialização e consumo, aliado a múltiplas escolhas e motivações que envolvem natureza, patrimônio, saúde, etc., e convertem os destinos em um espaço aberto de múltiplas relações.

O território turístico passa a ser idealizado através de uma perspectiva integradora envolvendo diferentes dimensões: social, econômico, cultural e ambiental. Vários autores e planejadores do meio turístico utilizam a expressão 'desenvolvimento integrado do turismo sustentável' para legitimar ou expor suas ações de planejamento nos usos turísticos dos territórios.

A valorização dos elementos endógenos dos territórios para o desenvolvimento local passa a ser aceito nos anos de 1990 e adotam-se como gestão as políticas 'de baixo para cima', dando enfoque participativo e abrindo espaço para atividades diversificadas.

Para o turismo, leva-se em consideração a dimensão econômica, porém, com o crescimento desordenado da atividade, passa-se a adotar o planejamento sustentável dos recursos naturais e culturais dos destinos. Para garantir a sustentabilidade, é necessário levar em consideração as demais dimensões envolvendo a participação da população local e dos *stakeholders*².

Por meio da perspectiva integradora dos territórios, do incentivo de atividades diversificadas e do estímulo a programas de gestão descentralizados, surgem os programas de regionalização do turismo. Esses programas possibilitam a

¹Incluindo intermediários formados pelas operadoras e agências de viagens.

²Partes interessadas. Glaesser (2008), Santana (2009).

inovação de projetos de natureza estratégica, levando-se em consideração a cooperação entre os distintos agentes econômicos, de órgãos públicos e privados, integrados em redes e coordenados num sistema de 'governança', existente em alguns territórios.

Para o resultado da presente tese, realizaram-se estudos sobre as governanças regionais em turismo nos Campos Gerais do Paraná e em Aragão, Espanha, levando-se em consideração os projetos que estão mobilizando diversos atores locais para o desenvolvimento do Turismo Rural. Para a sua realização, foram ressaltados quatro objetivos.

- Discutir a integração dos conceitos de território e redes geográficas em relação ao turismo;
- Descrever a formação dos modelos de governança regionais de turismo na região dos Campos Gerais do Paraná e Aragão, Espanha;
- Analisar os sistemas organizacionais dos modelos de governança regional de turismo;
- Contextualizar o perfil dos projetos e empreendimentos de Turismo Rural nos Campos Gerais e Aragão.

Como decorrência, o primeiro capítulo expõe toda a metodologia utilizada para a pesquisa. O trabalho foi dividido em três etapas. A primeira etapa corresponde ao aprofundamento teórico, tendo como temas a perspectiva integradora do território, a turistificação do território, a governança e, por último, o turismo rural.

A segunda etapa envolve a pesquisa de campo tendo como suporte as entrevistas gravadas com os agentes públicos e proprietários rurais, envolvidos na atividade turística rural.

A terceira etapa está relacionada às análises empregadas para compreensão dos resultados do estudo. As análises utilizadas foram o sistema DAFO (Debilidades, Ameaças, Fortalezas e Debilidades) e a análise do conteúdo por meio de evocações.

O segundo capítulo aborda o território por meio da perspectiva integradora lablacheana, envolvendo diferentes dimensões sociais capazes de desempenhar o papel de região como um conceito integrador, sintetizada na obra de Haesbaert (2004),

Têm-se três visões sobre a perspectiva integradora, a primeira, relacionada ao poder que controla os recursos existentes num mesmo território. A segunda

envolve os territórios-rede que se ligam entre diferentes escalas e estão em constante formação. E a terceira visão, são os territórios múltiplos que envolvem as esferas econômicas, políticas e culturais.

A partir da perspectiva integradora, foi possível iniciar as investigações sobre as instâncias de governança ADETUR (Agência de Desenvolvimento do Turismo dos Campos Gerais) e FARATUR (*Federación Aragonesa de Asociaciones de Turismo Rural*) como entidades que exercem o poder sobre o turismo regional, regidas pela política de regionalização e ao mesmo tempo, traçar o perfil atual do turismo rural em ambos os territórios aos quais pertencem.

Compreende-se que a construção do território se dá a partir da articulação de duas principais dimensões: uma ligada ao material, à esfera político-econômica e a outra, mais imaterial, ligada à esfera da cultura e dos conjuntos símbolos e valores compartilhados por um grupo social.

Parte-se do pressuposto de que o turismo é um importante vetor de alteração do território e utiliza-se das redes para a sua fluidez, sendo as mesmas, fator determinante como instrumentos de poder e seleção de lugares para sua turistificação.

Dessa forma, descrevemos brevemente a formação dos territórios turísticos rurais no Brasil e Espanha e suas políticas de atuação, expondo a formação dos territórios turísticos, paranaense e aragonês.

Os projetos de turismo regional no Brasil são regidos pelo Plano Nacional de Turismo – PNT com foco na regionalização. São formadas as instâncias de governança estaduais que, por sua vez, regem as instâncias de governança regionais. Descreve-se o processo de formação e desenvolvimento da Instância de Governança Regional ADETUR e FARATUR, sob o prisma das redes geográficas.

Algumas informações e conhecimentos foram possíveis de serem aproveitados para a tese devido à experiência da autora nos programas de desenvolvimento do turismo, realizados durante o período em que esteve como funcionária da prefeitura municipal de Ponta Grossa (de 1999 a 2011).

O terceiro capítulo descreve-se o turismo rural, seus conceitos e formas. O enfoque que se têm desse segmento é que ele é visto como ‘alternativo’, como fenômeno capaz de desenvolver os territórios de forma integrada, vindo a contrapor a massificação do turismo de ‘sol e praia’ e como possível solução para a desertificação de certos espaços rurais empobrecidos. Nele também é possível

vislumbrar aspectos de valorização econômica, social e cultural do local e do trabalho feminino, auxiliando o desenvolvimento local e regional, associando atividades diferentes num mesmo território.

O quarto capítulo contextualiza a formação dos modelos de governança regional de turismo das regiões dos Campos Gerais do Paraná e de Aragão, Espanha. Entende-se que o território de governança regional tem limites de contiguidade, assim, abordam-se conceitos de redes e governança, sendo fundamental nas questões que envolvem poder, exercendo importante papel na construção das composições organizacionais.

Poder, nesse sentido, envolve competência de uma organização para controlar os recursos necessários para o desenvolvimento territorial. A rede une lugares, pessoas, instituições, envolvidos num mesmo sistema de produção, presumidamente, com a competência de planejar o desenvolvimento endógeno. A rede corresponde ao meio social composto pelas entidades territorializadas e regidas por valores, regras e normas que as conduzem e que são a base para um plano integrado.

Entender a rede geográfica, considerando a extensão da gestão na atividade turística, permite uma análise integrada e uma melhor interpretação das ações de planejamento. Para melhor compreensão, descreve-se nessa pesquisa o significado de governança para então, se trabalhar o objeto de estudo, a ADETUR e a FARATUR.

Dentre os contextos aplicados ao termo governança como: governança corporativa, governança política e governança territorial, considerou-se o conceito de governança territorial o mais apropriado para a fundamentação da pesquisa.

Para a análise do sistema organizacional da ADETUR, foi utilizado o relatório feito pelo SEBRAE/PR no ano de 2014. Tal relatório serviu como um diagnóstico necessário para a entidade devido às dificuldades encontradas pela mesma para dar continuidade em suas ações. Para a FARATUR, utilizou-se documentos fornecidos pelo *Servicio de Ordenación y Regulación de Actividades Turísticas del Gobierno de Aragão* e documentos da própria entidade.

Para ambas as instâncias de governança, foram utilizadas informações captadas nas entrevistas com dirigentes e responsáveis na participação da formação das instancias de governança regional. Nessa fase, foram analisadas as governanças sob a perspectiva da rede geográfica proposta por Rodrigues (2011).

Levando-se em consideração que a governança parte do pressuposto da organização comunitária e do trabalho coletivo, o quinto capítulo apresenta o perfil do turismo rural, seus projetos e empreendimentos nos territórios dos Campos Gerais e Aragão.

O interesse em investigar a presença do turismo rural e suas relações com as instâncias de governança, em ambos os territórios, se dá pela existência de certos elementos de formação territorial nas duas regiões. Esses elementos podem estar estimulando certa vocação para a atividade turística rural. Nos Campos Gerais, a formação territorial abrange o tropeirismo, os agronegócios e as paisagens rurais. Em Aragão, o turismo rural faz parte das políticas públicas que visam a permanência da população rural no campo.

Pensava-se no início da pesquisa, que bastava entender como se dão as representações sociais entre os proprietários rurais e a atividade turística para compreender a realidade do turismo nas regiões estudadas. Posteriormente, percebeu-se que as representações são importantes, mas que fazem parte de um conjunto de ações e relações ainda maiores. Assim, entendeu-se que era necessário partir do pressuposto de que a governança é a rede que liga e articula os diferentes pontos ou 'nós' formado por diferentes agentes que atuam dentro da região. A governança é responsável por coordenar, direcionar e articular as ações para o desenvolvimento do turismo dentro do espaço.

As ações envolvem a coalizão de atores públicos e privados, tendo como principal característica a heterogeneidade dos atores sociais para que a rede funcione. A existência dos projetos, dentro da rede, pode servir para a redução de problemas de interesses coletivos existentes em seu território de abrangência.

O Estado tem papel importante nas políticas públicas no setor turístico como é visto no decorrer dos capítulos.

Foi necessário unir os estudos sobre a formação e a estrutura organizacional das governanças regionais e as representações sociais entre os proprietários rurais e a atividade turística no meio rural.

A pesquisa constatou que há diferenças marcantes entre as governanças e suas redes geográficas. As redes possuem limitações quanto as suas ações, não ultrapassando seus limites territoriais, ou seja, as governanças seguem seus planos de ação regionais. Dentro do seu território de abrangência, se constata que numa das redes há pouca conexão e troca de fluxos entre os atores envolvidos na rede,

enquanto que na segunda ocorre a rápida troca dos fluxos e forte interação. O êxito das ações para o desenvolvimento do turismo rural vai depender mais dos intercâmbios internos que externos, ou seja, da plena interação e troca entre os agentes locais envolvidos nos projetos.

A parte final, presente no sexto capítulo, trás as conclusões a respeito da governança regional nos Campos Gerais do Paraná e de Aragão, Espanha, levando-se em consideração os projetos de turismo rural.

1. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Na presente pesquisa, apresenta-se uma abordagem teórica sobre território, redes, formação territorial do turismo e governança. Na sequência, contextualiza-se a ADETUR – Agência de Desenvolvimento do Turismo dos Campos Gerais e a FARATUR – *Federación Aragonesa de Asociaciones de Turismo Rural*, através de documentação e entrevistas com os agentes participantes na formação das entidades. A ADETUR é um órgão não governamental, conhecido como Instância de governança regional do turismo dos Campos Gerais, formada por empresários e prefeituras da região dos Campos Gerais e possui uma rede de colaboradores. A FARATUR se constitui numa organização que aglutina as associações de turismo rural existentes em Aragão e é mantida por essas associações.

A primeira etapa da pesquisa caracteriza-se pelo aprofundamento teórico de referências bibliográficas e documentais relacionados à investigação. Abaixo segue o quadro 1 com as linhas de investigação e os principais autores utilizados.

Quadro 1: Aprofundamento Teórico

Perspectiva Integradora do Território	Autor principal: Haesbaert (2004).
Turistificação do Território	Cruz (2007), Coriolano (2006), Valls (2006), Hall (2001)
Redes Geográficas	Corrêa (2011)
Governança	Bourdin (2001), Pires et al. (2011), Veiga (2002)
Turismo Rural	Crosby e Prado (2007), Crosby (2009). Pulido & Cárdenas (2011), Rodrigues (2001) e Roque (2013).

Fonte: Elaborado pela autora.

Expõem-se o sistema organizacional das governanças, seus mecanismos decisórios, seus territórios de abrangência e as estratégias para promover o desenvolvimento do turismo, tendo como base documentos fornecidos pelas entidades.

Para a definição do termo turismo rural, foram levantadas as seguintes afirmações: o turismo rural é diferente do turismo de massa; turismo especializado; de pequena escala; adaptado as características do meio rural; produção agropecuária como potencial para o desenvolvimento territorial local; associa diferentes atividades num mesmo espaço rural.

Durante a realização da pesquisa, foi necessário firmar um convênio entre a ADETUR Campos Gerais e a UEPG para estudos sobre a situação atual da

atividade de turismo nos estabelecimentos rurais nos Municípios dos Campos Gerais. Cinco municípios manifestaram interesse em participar da pesquisa: Sengés, Piraí do Sul, Palmeira, Tibagi e Castro.

Coube às prefeituras desses municípios realizarem um levantamento dos empreendimentos de turismo rural nos seus respectivos territórios. Após levantamento, partiu-se para as investigações *in loco* buscando os sujeitos considerados 'chave' que contribuiriam para o recolhimento de dados e informações para a efetivação da pesquisa. Esses sujeitos são os empreendedores rurais e gestores públicos que, mesmo com recursos escassos e pouco apoio, estão desenvolvendo a atividade turística nas suas regiões. A figura 01 mostra como se chegou aos empreendimentos de turismo rural.

Figura 1: Forma de abordagem por meio de convênio



Fonte: Elaborado pela autora

As entrevistas de campo iniciaram em outubro de 2014 e se encerraram em setembro de 2015. As prefeituras nos receberam prontamente e mostraram interesse em participar da pesquisa. Todos os entrevistados foram voluntários nas informações. Foram realizadas 21 entrevistas entre proprietários rurais e agentes envolvidos no setor.

Os agentes públicos que participaram da pesquisa mediante prévia autorização dos mesmos, foram: Karen Kobilarz, gerente da ADETUR, Georgina Maria Jorge, dirigente do turismo de Sengés, Ebrahim Curi, dirigente de Turismo de Piraí do Sul, Vera Lucia de Oliveira Mayer, diretora de Turismo e Cultura de Palmeira, Alberto Portugal, secretário de Turismo de Tibagi, Ângelo Augusto Ghizzi Neto, diretor de Turismo de Jaguariaíva, Nádia Terumi Joboji, gestora de Projetos do

SEBRAE.

Do total, 15 propriedades rurais que desenvolvem atividades de turismo rural foram pesquisadas. As entrevistas foram gravadas em áudio, num total de aproximadamente 8 horas de gravação, e seu conteúdo foi transcrito com o auxílio do aluno do curso de Licenciatura em Geografia e bolsista de Iniciação Científica, Carlino Beskow. Utilizou-se o Programa *Express Scribe* para a realização de parte das transcrições.

Após a realização das pesquisas de campo na região dos Campos Gerais, percebeu-se a necessidade de aprofundamento teórico e reflexões internacionais sobre o turismo rural. Conhecer novas realidades e experiências em outro país foi uma forma de enriquecer o trabalho realizado até aquele momento. A escolha do território espanhol se deu pela oportunidade da participação no Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior – PDSE, oferecido pela CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

A instituição acolhedora foi a *Universidad de Zaragoza* a qual, possui Programa de Pós Graduação em Ordenação do Território que se assemelha, em partes, com o Programa de Pós Graduação em Gestão do Território na Universidade Estadual de Ponta Grossa, sendo possível fazer uma relação entre o referencial bibliográfico e as pesquisas de campo entre ambas.

Entre os grupos de pesquisadores geógrafos existentes na *Universidad de Zaragoza*, destaca-se o Grupo de Estudos de Desenvolvimento Territorial da Universidade de Zaragoza - GEDETUZ. As linhas de pesquisa do GEDETUZ visam investigar a situação atual das áreas rurais e das pequenas cidades do ponto de vista setorial e global.

O 'doutorado sanduíche' contou com a supervisão e orientação do Prof. Eugenio Climent López, geógrafo e doutor, professor titular de Geografia e Ordenação do Território da *Universidad de Zaragoza*, sendo pesquisador e coordenador do GEDETUZ. O Prof Climent desenvolve estudos relacionados a economia regional, desenvolvimento econômico, geografia econômica, pesquisa quantitativa, desenvolvimento regional, metodologia de pesquisa e socioeconomia.

As atividades de pesquisa na Espanha foram realizadas entre outubro de 2015 a fevereiro de 2016 envolvendo levantamento bibliográfico e aprofundamento teórico-metodológico a partir das leituras desenvolvidas pelo grupo de pesquisa GEDETUZ.

A tese não poderia ser realizada sem o extraordinário apoio do Prof. Dr. Javier Callizo Soneiro, geógrafo e professor da *Universidad de Zaragoza* que, por sua experiência atuando como conselheiro de Cultura e Turismo, vice conselheiro de Política Territorial e de Turismo e Diretor Geral de Patrimônio Cultural, foi possível auxiliar na elaboração do roteiro de entrevistas e, por seu intermédio, contatar os gestores de turismo da Comunidade Autônoma de Aragão

Os gestores atenderam prontamente o pedido de colaboração para a realização da pesquisa e prestaram todas as informações necessárias, incluindo o fornecimento de material bibliográfico.

Foram realizadas entrevistas com o presidente da FARATUR, Sr. Jesus Marco Lucia, entrevista com a Chefe do Serviço de Ordenação turística, Sr.^a Encarnación Estremera Gutierrez, entrevista com Diretor Geral de Ordenação do Território do Governo de Aragão, Sr. Joaquín Palacín Eltoro, entrevista com o diretor da Escola Universitária de Turismo de Zaragoza, Sr. Nicolás Guillén Navarro e empreendedores de turismo rural nas regiões de Huesca e Teruel. Realizamos apenas três entrevistas com proprietários de estabelecimentos de turismo rural por ocasião dos estabelecimentos encontrarem-se fechados devido a baixa temporada. As entrevistas também foram gravadas em áudio, somando 5 horas de gravação e seu conteúdo igualmente foi transcrito.

As unidades de análise da pesquisa foram:

- Os gestores regionais representados por agentes públicos municipais e/ou regionais e representantes das governanças;
- Os proprietários de empreendimentos de turismo rural;
- Os visitantes.

O total de entrevistas entre Brasil e Espanha reuniram 88 entrevistados. Ver tabela 1.

As entrevistas foram realizadas pela própria pesquisadora autora da tese, assim como a análise do conteúdo das mesmas. Para ambas as regiões, a pesquisa levou em consideração dados quantitativos e qualitativos, sendo o último, de maior ênfase. Foram coletados dados primários e entrevistas e as informações foram anotadas em formulário individual para cada empreendimento. (Apêndice I). Na pesquisa qualitativa, os dados foram submetidos a uma análise subjetiva utilizando como técnica a entrevista com perguntas abertas e semiestruturadas e de observação participante. Foram coletados também materiais informativos como

folders e revistas sobre os municípios e empreendimentos.

Tabela 1: Entrevistas e Questionários

BRASIL		ESPANHA	
ENTREVISTADOS	N.º	ENTREVISTADOS	N.º
Empreendedores rurais	15	Empreendedores rurais	03
Gestores	07	Gestores	04
Visitantes	60	Visitantes	0
TOTAL		89	

Fonte: Elaborado pela autora.

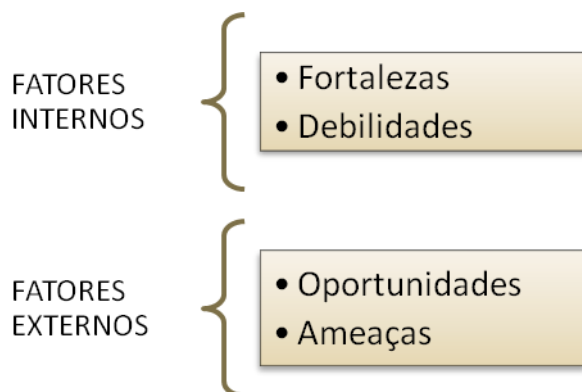
As entrevistas junto aos proprietários rurais são divididas em duas partes, a primeira parte, com perguntas semi estruturadas são abordadas questões como início da atividade, o perfil socioeconômico dos empreendimentos, características, as etapas de adesão à atividade turística, principais atividades agropecuárias e de turismo, sazonalidade de visitantes, número de empregos gerados.

A segunda parte, com perguntas abertas, aborda o coletivo local e a organização da atividade de turismo entre os empreendimentos rurais e com o turismo regional, com questões como ‘espírito de colaboração’ entre os empreendimentos, principais fatores que contribuem para melhor desempenho da atividade turística local, as principais debilidades, oportunidades e ameaças externas (CROSBY, 2009).

Adotamos o sistema DAFO (figura 2), proposto por Crosby (2009) e o adaptamos não abordando somente o estabelecimento rural em si, mas a representação social do coletivo local sobre a atividade turística. Esse sistema é também conhecido como SWOT³ pela WWF (2003) e sintetiza as questões *chave* que são os objetivos e a capacidade estratégica de um estabelecimento empresarial e seu entorno, para adequar-se à atividade turística e que devem ser levados em consideração dentro do planejamento, ou seja, é um resumo relativamente simples e rápido de toda a análise estratégica interna (fortalezas e debilidades) e externa (oportunidades e ameaças). (CROSBY, 2009)

³ A análise SWOT – Strengths (pontos fortes), Weaknesses (pontos fracos), Opportunities (oportunidades), Threats (ameaças) é um método que parte da ideia de que deve-se avaliar e atuar estrategicamente sobre os fatores atuais (maximizar as forças e corrigir as fraquezas) e futuros (realizar as oportunidades e evitar as ameaças) que influenciam ou venham a influenciar o desenvolvimento de atividades e projetos que compõem os planos. (WWF, 2003)

Figura 2: Sistema DAFO - Análise de um Determinado Espaço Territorial



Fonte: CROSBY, A. (ed.). **Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo**. Barcelona: Laertes, 2009.

Nota: Figura elaborada pela autora.

De acordo com Crosby (2009), esse sistema começou a ser aplicado no campo empresarial e posteriormente passou a ser utilizado de forma mais geral. A sigla *D* corresponde a debilidades, *A* ameaças, *F* fortalezas (pontos fortes) e *O* de oportunidades.

Trata-se de uma matriz de quatro entradas que determina os aspectos positivos (fortalezas e oportunidades) e os aspectos negativos (debilidades e ameaças) do objeto de análise. Tanto nos aspectos positivos e negativos, uma das entradas corresponde a fatores internos e outra, a fatores externos.

Dessa forma: debilidades e fortalezas são fatores internos do destino turístico, ameaças e oportunidades correspondem aos aspectos externos inerentes ao destino turístico.

A análise da oportunidade, da mesma maneira que a análise da ameaça requer que se estabeleçam procedimentos para a identificação, avaliação e resposta às oportunidades. A identificação de oportunidades é amparada pelo fato do território ter uma percepção clara dos seus objetivos e recursos até o ponto em que, estes objetivos e recursos, sugiram os campos de oportunidades que devem ser examinados cuidadosamente. (KOTLER, 1976). Foram usados dados estatísticos e gráficos elaborados através do programa Excel.

A pesquisa tem como característica a investigação descritiva explicativa pautada no método indutivo. Esse método, de acordo com Gil (2006): “[...] parte-se

da observação de fatos ou fenômenos cujas causas se desejam conhecer. A seguir, procura-se compará-los com a finalidade de descobrir as relações existentes entre eles. Por fim, procede-se à generalização, com base na relação verificada entre os fatos ou fenômenos”. (GIL, 2006, p. 28-29)

De acordo com o autor, as conclusões obtidas através da indução são apenas prováveis sendo reconhecida a sua importância na constituição das ciências sociais, sendo a observação, procedimento indispensável para atingir o conhecimento científico. (GIL, 2006)

Adota-se para a pesquisa a teoria das representações sociais, apresentada e discutida pelo psicólogo social europeu Serge Moscovici porque parte-se do pressuposto de que são os proprietários rurais quem mais evidenciam os problemas e os benefícios da atividade de turismo rural.

Assim, buscou-se analisar a sua percepção não somente de forma individual, mas coletiva, suas relações com o território e com os demais participantes dos projetos e ações da atividade turística porque, de acordo com Moscovici (2003), sempre que as pessoas se encontram e se familiarizam com algo do seu interesse, as representações estão presentes e são capazes de influenciar o comportamento dos indivíduos participantes de uma coletividade.

O turismo rural é uma atividade diferenciada de outras atividades cotidianas do meio rural, tornando-se um fenômeno, algo que sugere uma mudança de rotina e comportamento das pessoas envolvidas com tal atividade, as quais se familiarizam e interagem formando as representações.

Segundo Moscovici (2003), as representações são criadas, internamente, mentalmente, pois é dessa maneira que o próprio processo coletivo adentra como fator determinante, dentro do pensamento individual sendo visto como uma *atmosfera* em relação ao indivíduo ou grupo. Para o autor:

Através da comunicação, as pessoas e os grupos concedem uma realidade física a ideias e imagens, a sistemas de classificação e fornecimento de nomes. Os fenômenos e pessoas com que nós lidamos no dia a dia não são, geralmente um material bruto, mas são os produtos, ou corporações, de uma coletividade, de uma instituição, etc. (MOSCOVICI, 2003, p. 90)

O que é importante levantar na pesquisa quando abordamos as representações sociais é de que as pessoas e os grupos envolvidos com o turismo rural, longe de serem receptores passivos, pensam por si mesmos, produzem e comunicam permanentemente suas próprias e específicas representações e as

soluções para as questões que eles mesmos colocam.

Pensar o turismo rural teoricamente pode levar a expectativas que condizem ou não com a prática já que, algumas representações se referem a fatos, outras a ideias. “[...] as primeiras transportam seu objeto de um nível abstrato para um nível cognitivo concreto; as segundas, através de uma mudança de perspectiva, tanto compõem como decompõem seu objeto”. (MOSCOVICI, 2003, p. 91)

A especificidade da pesquisa buscou o estudo dos processos e etapas que foram responsáveis pela organização do turismo rural nas propriedades rurais, levando-se em consideração o estabelecimento das relações interindividuais no contexto do ambiente social e físico, pela formação dos grupos e suas interações, mas principalmente, dando atenção à linguagem e analisando o discurso dos empreendedores rurais elaborado durante as entrevistas.

Além dos discursos, a pesquisa contou com análise de documentos referentes à formação territorial do turismo, das governanças e das políticas públicas para o desenvolvimento do turismo em ambos os territórios pesquisados.

Para a interpretação das informações coletadas, utilizou-se a análise do conteúdo proposto pela professora de psicologia da Universidade de Paris, Laurence Bardin. Tal escolha da metodologia se deu pelo fato de a análise do conteúdo ser um conjunto de técnicas de análise da comunicação linguística oral, utilizando procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição analítica de informações coletadas nas entrevistas.

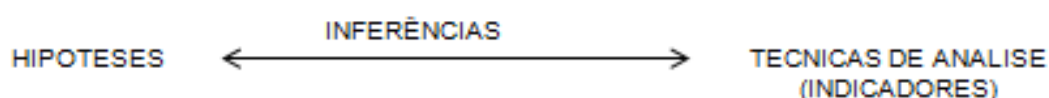
Dessa forma, por meio da classificação de palavras indutoras, catalogadas em fichas divididas por assuntos seguindo uma ordem, conforme técnica elaborada por Bardin (2004) foi possível chegar a importantes conclusões sobre: a espacialidade do discurso, o sujeito do discurso, o coletivo local e a organização comunitária, a mão de obra local e principalmente, discutir as debilidades e fragilidades da atividade de turismo rural regional em ambos os territórios analisados na pesquisa.

A definição de análise do conteúdo é resumida por Laurence Bardin (2004) da seguinte forma:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2004, p. 37)

Conforme Bardin (2004), as informações representadas na figura 3 mostram que o interesse não reside na descrição dos conteúdos, mas sim no que estes podem ensinar após serem tratados. É o que a autora chama de ‘inferência’ que significa a extração de conhecimentos relativos às condições de produção e/ou recepção das mensagens. A análise do conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás das palavras.

Figura 3: Inferências



Fonte: BARDIN, L. **A Análise de Conteúdo**. 3.^a Ed. Lisboa/Portugal. Edições 70: 2004.

A unidade de registro é o objeto, ou seja, qualquer objeto citado pelo locutor e que esteja relacionado ao tema da entrevista. As entrevistas transcritas são recortadas ao redor de um tema-objeto, transcritas para uma ficha e classificados conforme as dimensões de análise.

Essas fichas foram catalogadas num banco de dados, elaborado por meio do programa *Libre Office Base*, denominado *Evocações.MATRIX.odt*, desenvolvido pelo Grupo de Estudos Territoriais – GETE da Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG.

A análise foi realizada em 436 fichas (por objeto) catalogadas em seis dimensões, conforme a figura 4.

- Dimensão I – *Espacialidade discursiva*: Refere-se ao espaço territorial onde o locutor está se referindo, o espaço e/ou lugar (MASSEY, 2008) que aparece com maior frequência no discurso. 14 categorias temáticas apareceram entre nomes de localidades e municípios, além do interior da propriedade rural, das trilhas existentes no meio rural e a espacialidade não evidente, ou seja, que não foi possível catalogar.

Figura 4: Fichas Evocações

Fonte: Grupo de Estados Territoriais - GETE/UEPG

- Dimensão II – *Categoria discursiva*: Classifica o discurso sobre aquilo que está sendo expresso. Exemplo: fragilidades, debilidades, fortalezas.
- Dimensão III – *Elemento*: Refere-se ao objeto do discurso, do que se trata a mensagem. Exemplo: problemas na atividade, rentabilidade.
- Dimensão IV – *Sujeito da Relação*: De quem o locutor está falando.
- Dimensão V – *Período da Vida*: Por meio dessa dimensão, é possível estabelecer em que período os fatos narrados ocorreram ou ocorrem, se são antes do início da atividade de turismo rural na propriedade, no início da atividade de turismo rural ou atualmente.
- Dimensão VI – *Texto Evocação*: A parte do texto recortado ao redor do tema-objeto é transcrito nesse local da ficha para melhor visualização e análise do discurso.

A análise dos dados quantitativos apoia-se na frequência de aparição de certos elementos que surgem nas respostas dos questionários, servindo para a elaboração de quadros estatísticos. Os dados são úteis e objetivos para verificação das hipóteses conforme orienta Bardin (2004):

A abordagem quantitativa e a qualitativa não têm o mesmo campo de ação. A primeira obtém dados descritivos através de um método estatístico.

Graças a um desconto sistemático, esta análise é mais objetiva, mais fiel e mais exata, visto que a observação é mais bem controlada. Sendo rígida, esta análise é, no entanto, útil nas fases de verificação das hipóteses. (BARDIN, 2004, p. 108)

A abordagem qualitativa é utilizada como instrumento de diagnóstico com base em interpretações causais sobre um dado aspecto da orientação do que estamos analisando. As entrevistas levam em consideração a observação tanto da mensagem quanto do espaço, do local e da data da entrevista. O risco de erro pode ocorrer se não for levado em consideração o contexto tanto da mensagem quanto exterior a este. É necessário levar em consideração as condições de produção, quem é que fala a quem e em que circunstâncias, o montante e o lugar da comunicação, acontecimentos anteriores e paralelos à entrevista. (BARDIN, 2004).

Nas fichas catalogadas, o nome dos entrevistados foi preservado e substituído por nomes de plantas típicas dos Campos Gerais do Paraná⁴ e dos Pirineus⁵. Os nomes utilizados foram Bromélia, Angico, Capim-colchão, Assa-peixe, Barbatimão, Caraguatá, Nhapindá, Chirca, Palmeira-anã, Lobélia, Cacto-bolinha, Rainha-do-abismo, Flor-das-almas, Guabiroba-do-campo, *Adonis pyrenaica*, *Ficus carica*, *Limosella aquatica*.

Todos os entrevistados assinaram um termo de autorização para divulgação de informações e imagens a serem expostas na tese. (Apêndice II).

Além das entrevistas já citadas, especificamente na região dos Campos Gerais foi aplicado um questionário objetivo, ou seja, com questões estruturadas, junto aos turistas que visitam a região para traçar o perfil da demanda. Com ele, foi possível descrever o perfil sócio econômico dos visitantes e suas percepções. Cada empreendimento contou com 20 questionários autoexplicativos.

A quantidade de questionários levou em consideração o número de visitantes nos empreendimentos durante o tempo estipulado para o preenchimento e entrega dos mesmos. As propriedades não tiveram um fluxo grande de visitantes que justificasse um número maior de questionários até o prazo de retorno dos mesmos (cerca de 60 dias).

Dos cinco municípios estudados, dois aplicaram o questionário nos estabelecimentos. Os visitantes preencheram os questionários autoexplicativos no

⁴ Conforme Moro & Caro, (2007).

⁵ Conforme Listado de plantas de Pirineo, disponível em <http://florapirineos.ipe.csic.es/index.php?pag=ficha.php&genero=Limosella&especie=aquatica&subespecie=&variedad=>>

final de sua visita no estabelecimento. As secretarias de turismo de cada município foram responsáveis pela coleta e envio dos mesmos para análise.

A análise dos dados apoiou-se na frequência de aparição de certos elementos nas respostas, sendo possível a elaboração de quadros estatísticos como instrumento de diagnóstico. Na região de Aragão, esse questionário não foi possível de ser aplicado devido ao período do doutorado sanduíche ter ocorrido em baixa temporada de fluxo de turistas na região.

Foram analisadas as seguintes informações dos visitantes: sexo, estado civil, número de filhos, a atividade profissional, a renda. Além desses dados, solicitamos informações como: qual foi o veículo utilizado para a visita ao empreendimento, a origem do visitante, e como tomou conhecimento do empreendimento. Levantamos também as preferências e fatores determinantes para a escolha do local visitado. Dessa forma, pudemos detalhar as impressões acerca dos atrativos turísticos. Ao final, deixamos livre para que o visitante nos informasse das deficiências apontadas por ele, dos locais durante a visita.

Abaixo, segue o quadro 2 com a síntese da metodologia utilizada para a tese.

Quadro 2: Síntese Metodologia

Representações Sociais	Moscovici (2003)	Entrevistas Semiestruturadas
Sistema DAFO	Crosby (2009)	Coletivo Local e a Organização Comunitária.
Análise do Conteúdo	Bardin (2004)	Inferências

Fonte: Elaborado pela autora.

Após coleta e análise de informações, foi possível elaborar o relatório técnico conforme convênio ADETUR/UEPG, finalizado e entregue a agência de governança em setembro de 2015. Após relatório, a instância de governança passou a fomentar o turismo rural como um projeto aglutinador entre os municípios, tanto para os que fizeram parte do estudo para a presente tese, quanto os demais municípios que demonstraram posterior interesse na atividade turística no meio rural.

Buscando uma melhor compreensão da pesquisa por parte do leitor, inicia-se a tese com elementos teóricos que servirão como base para as reflexões conforme vão avançando os capítulos. O primeiro capítulo apresenta alguns conceitos de território, suas relações de poder e, especialmente, a perspectiva

integradora de território proposta por Haesbaert (2004), que foi o ponto de partida para as investigações.

No mesmo capítulo faz-se uma descrição embasada em obras sobre turistificação dos territórios e/ou usos turísticos do território, o processo de formação dos territórios turísticos no Brasil, passando pela formação no estado do Paraná, para então chegar ao primeiro campo da pesquisa, os Campos Gerais.

Nesse capítulo também, é realizado estudos sobre a Política Turística na Espanha para melhor compreensão dos processos de formação do território turístico na Comunidade Autônoma de Aragão.

2. PERSPECTIVA INTEGRADORA DO TERRITÓRIO

Esse capítulo apresenta conceitos de território descrevendo o território através de uma perspectiva integradora lablacheana que envolve diferentes dimensões sociais capazes de desempenhar o papel de região como um conceito integrador.

A Geografia é um campo que nos permite avançar na busca do conhecimento turístico de maneira integral. O conhecimento geográfico converge o espaço turístico às vertentes sociais e ecológicas de outras aproximações científicas, exigindo do geógrafo uma visão integradora através do conhecimento territorial da dinâmica turística. (VERA et al., 1997).

Um dos conceitos mais utilizados na Geografia atualmente e com diferentes formas de compreensão é o de território. Autores que, na busca de pensar o conceito numa argumentação teórico-metodológica, articulam o tempo, o espaço e o território com aspectos da economia, política e cultura.

Numa perspectiva geopolítica proposta por Corrêa (1998), o “território deriva do latim *terra* e *torium* terra pertencente a alguém”. Segundo o autor, pertencente não quer dizer no sentido de propriedade da terra, “mas a sua apropriação”. (CORRÊA, 1998, p. 251).

Outros autores tratam o conceito de território de acordo com estudos geopolíticos, culturais e econômicos. Manuel Correia de Andrade, Milton Santos. Santos e o próprio Lobato Corrêa abordam o território numa visão econômica, fundamentado e moldado pelo Estado-Nação.

Haesbaert integra o território a partir das linhas de abordagem jurídico-política, cultural, econômica e naturalista. A primeira, jurídico-política liga-se à perspectiva da Geografia Política, tendo como principais agentes o Estado-nação, o mesmo proposto por Santos (2006), e as diversas organizações políticas. Na concepção de território, o espaço é controlado e delimitado por meio do qual se exerce determinado poder, em especial o de caráter do Estado.

A abordagem culturalista ou simbólico-cultural, ligada a Geografia Humanista e Cultural, “o território é produto fundamentalmente da apropriação do espaço feita através do imaginário e/ou da identidade social.” (HAESBAERT & LIMONAD, 2007, p. 45). Está ligado ao sentimento de pertencer ao espaço, o valor simbólico, a cultura, ao lugar e o seu cotidiano.

A econômica ou economicista, voltada a Geografia Econômica, é a base para explicar ações sobre o território como a territorialização e a desterritorialização. O território como fonte de recursos, liga-se a divisão territorial do trabalho e das classes sociais e as relações de produção. É vista como produto espacial do choque entre classes sociais e das relações capital-trabalho. (HAESBAERT & LIMONAD, 2007). Os principais agentes são as empresas capitalistas, os trabalhadores e os Estados enquanto unidades econômicas.

Mas existe uma quarta interpretação sobre território, mais antiga e pouco utilizada nas Ciências Sociais, que valoriza a ligação “natural” do território baseada nas relações entre a sociedade e natureza, principalmente no que se refere ao comportamento “natural” dos homens em relações ao seu ambiente físico. (HAESBAERT, 2004)

A valorização da ligação “natural” com a terra é destacada por Haesbaert (2002), quando diz:

Esta visão sobrevaloriza e praticamente naturaliza uma ligação afetiva, emocional, do homem com seu espaço. Aqui o território seria um imperativo, não tanto para a sobrevivência física dos indivíduos, mas, sobretudo para o “equilíbrio” e a harmonia homem-natureza, onde cada grupo social estaria com a qual particularmente se identificaria. (Haesbaert 2002, p. 118)

Assim, Haesbaert identifica duas discussões teóricas sobre a conceituação território. A primeira é parcial, tendo em vista apenas o conceito individual de cada dimensão (natural, econômica, política e cultural). A segunda perspectiva é a integradora do território envolvendo, em conjunto, todas as esferas em que as dimensões se relacionam, tanto material quanto de relações sociais que se interagem por meio de relações indissociáveis. (HAESBAERT, 2004).

A perspectiva integradora considera o território nem estritamente natural, nem unicamente político, econômico ou cultural. O território só pode ser concebido através de uma perspectiva integradora entre as diferentes dimensões sociais, sendo capaz de desempenhar um pouco o papel de região como um grande conceito integrador na perspectiva da Geografia Clássica.

Nesse caso, Haesbaert (2004), sintetiza essa ótica em três aspectos: O primeiro, reivindicando o território no sentido das relações de poder, “controle de acesso” para usufruir dos recursos existentes, e o fluxo de pessoas e bens; o segundo, de territórios-rede, centrado no movimento e na conexão entre diferentes

escalas onde os territórios são descontínuos, desiguais e estão em constante formação, aproximando-se do conceito de lugar; e o terceiro, é a multiterritorialidade, territórios múltiplos, trabalha o território como híbrido em múltiplas esferas (econômica, política e cultural).

É na perspectiva integradora ligada aos três aspectos (poder, território-rede e multiterritorialidade) que buscamos explicar a formação das governanças regionais de turismo e a formação dos territórios turísticos no meio rural dos Campos Gerais do Paraná e em Aragão, Espanha.

Dentro dos Programas de Regionalização do Turismo, a governança regional é responsável pelo planejamento e desempenho das ações de desenvolvimento do turismo, em esfera regional, bem como pela tomada de decisões políticas, econômicas e sociais intrínsecas a esse processo. (GASTAL & MOESCH, 2007), exercendo assim, suas relações de poder nos territórios-rede, como veremos mais a frente.

Entende-se, então, que a construção do território se dá a partir da articulação de duas principais dimensões: uma ligada ao material, à esfera político-econômica e a outra, mais imaterial, ligada à esfera da cultura e do conjunto símbolos e valores compartilhados por um grupo social.

A região dos Campos Gerais, um dos territórios estudados nessa pesquisa, foi o local de passagem das tropas que vinham do Rio Grande do Sul sentido Sorocaba-PR para o comércio de muares. A região recebeu características culturais dos tropeiros devido ao tempo de permanência das tropas nos campos férteis que serviam para a invernagem do gado entre o século XVIII até o final do século XIX. A atividade tropeira ajudou a formar a maioria das cidades dos Campos Gerais.

Essa atividade de comércio está ligada a esfera político-econômica do passado, numa outra temporalidade responsável pelo início do povoamento. Hoje se liga a esfera cultural, simbólica. No sentido simbólico, o território molda identidades e pode ser moldado por elas, tornando-o um referencial importante para a união dos grupos sociais. (HAESBAERT & LIMONAD, 2007).

Saquet (2008) estudou o território sob a perspectiva de alguns autores de referência italiana e seus conceitos. Dentre eles Giuseppe Dematteis que defende que os territórios são formados por meio de uma construção coletiva e multidimensional composto de múltiplas territorialidades que se interagem por meio de comportamentos, poderes e ações que podem ser potencializadas através de

estratégias de desenvolvimento local.

O território e a territorialidade são compreendidos como produtos do entrelaçamento entre os sujeitos de cada lugar, desses sujeitos com o ambiente e desses sujeitos com indivíduos de outros lugares, efetivando tramas transescalares entre diferentes níveis territoriais. (SAQUET; SPOSITO, 2008, p. 19)

Reforçando essa ideia de entrelaçamento, Bourdin (2001), diz que o local é uma forma social que compõe um nível de relação das ações e dos atores, dos grupos e das trocas e se caracteriza pela integração privilegiada com o lugar, variando em sua intensidade e conteúdo. Para o autor: “O local coloca em forma o mundo da vida diária, sendo ele próprio fundador da relação com o mundo do indivíduo, mas igualmente da relação com o outro, da construção comum do sentido que faz o vínculo social”. (BOURDIN, 2001).

Assim, o que fundamenta o vínculo social é a complementaridade e a troca, o sentimento de pertença à humanidade, que nos leva a reforçar nossos vínculos com os outros seres humanos, o fato de viver junto, de partilhar a mesma cotidianidade.

Essa relação de cotidianidade, de compartilhamento e de construção coletiva do território formam as territorialidades que, de acordo com Saquet e Sposito (2008), corresponde ao controle sobre uma área ou espaço, uma estratégia para influenciar ou controlar recursos, acontecimentos, relações e pessoas, relacionando-se intimamente ao modo como as pessoas usam a terra, organizam o espaço e dão significados ao lugar.

A partir de uma territorialidade abre-se caminho para o desenvolvimento do território a partir de características específicas que os diferenciam um do outro e aproxima-se a perspectiva integradora proposta por Haesbaert.

Os territórios se diferem devido as suas especificidades e o sistema de produção cria espaços para a relação entre tecnologia, mercado, produção do capital, cultura e representação. A dimensão territorial desse sistema vai depender da capacidade de gerar o desenvolvimento endógeno por meio das relações entre atores locais, a independência deles e o grau de autonomia nas decisões e na definição dos projetos. (MAILLAT & GROSJEAN, 1999)

A organização e construção coletiva do espaço territorial relaciona-se a concepção de desenvolvimento territorial. Essa concepção procura valorizar as potencialidades locais e regionais e observar as variáveis endógenas que podem

explicar as dinâmicas de desenvolvimento diversificadas, concretizadas em trajetórias particulares destes locais e regiões. Portanto, o desenvolvimento local e regional pode relacionar-se a projetos endógenos ao lugar. (BLOS, 2000).

Dar valor ao endógeno é ressaltar os elementos existentes dentro do próprio território como a identidade, a cultura, os produtos regionais e a própria paisagem. É de real importância aproveitar as especificidades locais para o pleno aproveitamento das suas potencialidades e oportunidades. (CAMPANHOLA e SILVA, 2000). O território é antes de tudo, um território simbólico, um espaço de referência para a construção das identidades. (HAESBAERT, 2004)

Para Saquet (2011), as territorialidades dentro do espaço podem ser definidas como as relações sociais, as crenças, comportamentos, valores, costumes, etc, que devem ter importância na busca pelo desenvolvimento territorial. Os projetos de desenvolvimento territorial necessitam de análise e interpretação das territorialidades e temporalidades na tentativa de amenizar os processos de subordinação e de exploração, além da concentração de riquezas, centralização de poder e a degradação ambiental.

Aproveitar as potencialidades dentro de um território aliada as oportunidades internas e externas é dar valor ao desenvolvimento local. A noção de desenvolvimento local foi intensamente priorizada dentro das políticas públicas, a partir de 1990 na Europa e posteriormente nos países da América Latina. Tem como base o envolvimento das comunidades no processo de planejamento e de decisão das ações públicas. (BEDUSCHI FILHO; ABRAMOVAY, 2004).

Desse modo, começou a ser substituída a estratégia de fazer políticas públicas de “cima para baixo” e passou-se a adotar o enfoque participativo e a busca de atividades diversificadas. No caso do Brasil, os municípios passaram a ter maior autonomia administrativa, política e financeira, mas assumiram a responsabilidade no cumprimento de programas e na formulação de políticas ligadas ao desenvolvimento local. (BEDUSCHI FILHO; ABRAMOVAY, 2004).

Esse sistema participativo leva em consideração a cooperação entre diferentes atores econômicos, órgãos públicos e privados, integrados em redes e não mais de forma hierarquizada. Esses atores ampliam suas relações sociais possibilitando-lhes novas perspectivas (BEDUSCHI FILHO; ABRAMOVAY, 2004).

Os programas participativos foram aplicados em diversas áreas como na educação, saúde, trabalho e no turismo. Por meio da perspectiva integradora dos

territórios, do incentivo a atividades diversificadas e ao estímulo a programas de gestão descentralizados ligados a governança, surge a possibilidade de inovação de projetos de natureza estratégica como o turismo que veremos mais adiante.

As atividades de turismo devem ser conduzidas em harmonia com os atributos e tradições das regiões e países de acolhimento e no respeito pelas suas leis, práticas e costumes. As comunidades de acolhimento e os profissionais locais devem conhecer e respeitar os turistas que os visitam e conhecer os seus estilos de vida, gostos e expectativas; A educação e formação compartilhada contribuem para uma acolhida hospitaleira. (OMT, 2016)

Sobre a relação entre o território e o turismo, realiza-se a partir de agora, um panorama incluindo alguns autores que abordam a turistificação dos territórios e/ou os seus usos.

2.1 TURISTIFICAÇÃO DOS TERRITÓRIOS

A relação entre a sociedade e os lugares é o território, que leva em consideração as relações de poder entre indivíduos, grupos sociais, instituições públicas e empresas privadas que, por sua vez, apresentam-se como atores principais no processo de transformação do espaço. O turismo, portanto, pode utilizar-se das territorialidades já existentes dentro do espaço, como as relações sociais, crenças, comportamentos, valores, costumes, etc., que devem ser levados em consideração na elaboração dos projetos turísticos. (CANDIOTTO, 2010)

Knafou (1999) verifica a presença de três atores na *turistificação* dos lugares e espaços, o qual considera fundamental para a criação da atividade turística em determinado território.

O primeiro são os turistas, os quais estão na origem do turismo, pois é na ocupação do espaço pelos turistas que surgem novos lugares, sem a ligação imediata com o mercado; o segundo é o mercado como fonte de criação de lugares turísticos e não mais as práticas turísticas em si. (KNAFOU, 1999) Porém, o autor alerta do perigo dos operadores do mercado turístico em ignorar, de subestimar ou mesmo analisar tarde demais a evolução do mercado e das mudanças nas práticas turísticas; e o terceiro ator, são os planejadores e promotores territoriais. Esses últimos, muitas vezes, esquecem que os territórios turísticos são desiguais,

descontínuos, arriscando-se pela ignorância do mercado e das práticas dos turistas. (KNAFOU, 1999).

Vale destacar, em primeiro lugar, que o consumo e a produção turística se dão simultaneamente, como indústria de serviços que é, e em segundo, a demanda deve deslocar-se do seu local de origem para os lugares onde estão localizados os recursos de atração turística (natural, cultural, monumental, esportivo, etc.) e não o contrário, como é comum na indústria manufatureira. Esses recursos de atração turística são transformados pelas operadoras de turismo em produto turístico. (VERA et al., 1997), muitas vezes desterritorializados, sem envolvimento da população local. São espaços do território apropriados para o uso turístico.

Por demanda, considera-se o “indivíduo que se desloca a um lugar distinto de seu entorno habitual, por um período de tempo inferior a 12 meses e cuja finalidade principal da viagem não seja efetuar uma atividade remunerada no local visitado”. (OMT, 1993 apud RABAHY, 2003). Vera et. al. (1997) descreve que são turistas que se deslocam do seu local de origem para os lugares de destinação turística.

Por entorno habitual, Rabahy (2003) define como os limites geográficos onde o indivíduo se desloca em sua vida cotidiana, exceto por ócio e recreação, excluindo as residências secundárias do conceito de entorno habitual, mesmo ocorrendo visitas regulares.

Segundo a duração da viagem, é possível classificar os visitantes em turistas, que permanecem uma ou mais noites no destino turístico, ou excursionistas, que correspondem aos visitantes que não pernoitam no local visitado. Existem ainda os visitantes em trânsito, que são tratados como visitantes. (RABAHY, 2003).

Quanto à classificação de visitantes por destino, é possível classificá-los em duas categorias, os internacionais cujo país de residência é diferente do país visitado, incluindo o nacional, residente no exterior, e os internos, cujo país de residência é o próprio país visitado, incluindo o estrangeiro residente. (RABAHY, 2003).

Autores como Cruz (2007) definem o território turístico como porções do espaço geográfico em que a participação do turismo na produção do espaço foi e ainda é determinante. Segundo ela, teoricamente não há território que seja adjetivamente turístico e sim usos turísticos do território. (CRUZ, 2007)

No caso dos territórios rurais, o uso turístico contraria o ritmo veloz do tempo moderno das cidades que, de acordo com Rodrigues (2006):

Com a finalidade de competir mais eficazmente no mercado, formatam-se novos produtos que contrariam o caráter maciço e o ritmo dos tempos velozes, oferecendo “cultura” e “tradição” em tratamento personalizado, caseiro, artesanal, familiar, hospitaleiro, que inclui “comida da avó”, pães artesanais, cerveja e vinho caseiros, casas restauradas, tecidos naturais, ciclismo, antigas vias férreas e trens restaurados, enfim símbolos plenos de apelos nostálgicos que nos remetem ao passado distante, quando o tempo se escoava lentamente, em oposição aos tempos frenéticos e à agitação das grandes metrópoles. Essas características são largamente utilizadas para o marketing do turismo rural e do ecoturismo, modalidades que têm apresentado um crescimento razoável nas duas últimas décadas, sob o rótulo de segmentos alternativos ao modelo dominante, “sol e praia”. (RODRIGUES, 2006, p. 299-300)

As grandes motivações do turismo sempre foram sol e praia, montanha, exotismo, patrimônios culturais e festivais, salvo raras exceções. O que difere o incomum é a manifestação que o homem faz do seu lugar levando-se em consideração seus elementos culturais locais, dosando-os, como apoio material e emotivo do grupo social, considerando esses elementos como um produto turístico. (YAZIGI, 1999)

Sobre o envolvimento da população local com o turismo, a adesão está sempre em função da sua verdadeira inclusão no processo ao enxergar reais e possíveis vantagens. A coerência e o conteúdo das representações sociais (MOSCOVICI, 2003), fundamentalmente dinâmicas, envolvem comunicação, discussão, interação social e tomada de decisões.

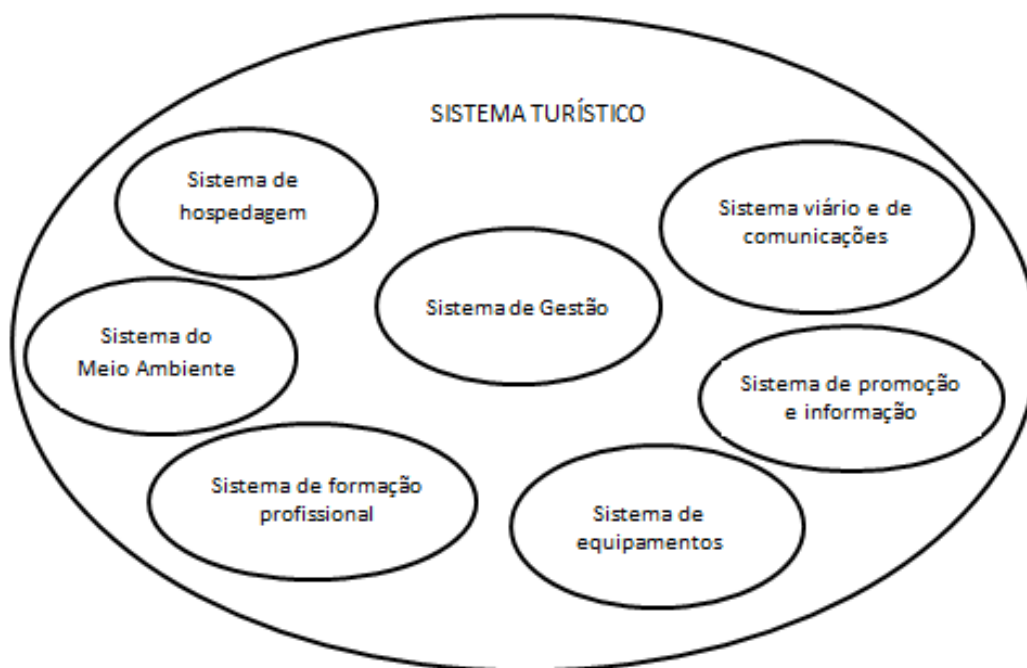
Nas destinações turísticas há de se descobrir que construções culturais e simbólicas se exercem sobre a população anfitriã a partir do contato com os turistas, que permite um cosmopolitismo embutido de fora para dentro, que vai produzir resultados inenarráveis no âmbito das representações sociais (MOSCOVICI, 2003), pois a viagem e o conhecimento do novo por meio do outro, exercício de alteridades distintas, também se dão entre a população local (RODRIGUES, 2001).

Conforme ilustrado na figura 5, o sistema turístico é aberto e interage com o meio onde está inserido. (PETROCCHI, 1998)

De acordo com a figura 5, o sistema turístico, na condição de sistema social, se caracteriza como um processo contínuo de reciclagem, recebendo entrada continuamente de pessoas, materiais, recursos naturais, informações e capital para sustentar suas operações em andamento e fornecer para o ambiente turístico os

recursos transformados. Esses recursos são os serviços, produtos, lazer, entre outros, para a continuidade do ciclo e depende de um nível mínimo de entrada de turistas. (PETROCCHI, 1998).

Figura 5: Sistema Turístico e seus subsistemas



Fonte: PETROCCHI. M. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

De acordo com a Secretaria de Estado do Turismo do Estado do Paraná – SETU/PR, é necessário o funcionamento conjunto de quatro grupos principais para que a atividade ocorra, comparando o sistema turístico ao corpo humano. (ORIENTAÇÕES..., 2008). São eles:

- O gestor público é o cérebro e fomenta propostas de desenvolvimento turístico, regula e monitora o empresariado, profissionais e comunidade. Os Órgãos mais importantes são, o MTur (federal), a Secretaria de Estado do Turismo (estadual) e as secretarias de turismo e/ou departamentos municipais, divisões etc..(municipais). É dever do Governo cuidar da infraestrutura local (transporte comunitário, saneamento, segurança etc.) - serviços básicos para o desenvolvimento do turismo.
- Os profissionais empregados são as pernas e braços do sistema. São as agências, hotéis, restaurantes, transportes e todos os serviços ligados direta ou indiretamente à indústria do turismo. São eles quem efetivamente

movimentam as atividades turísticas e vivem o dia-a-dia da atividade.

- O empresariado e os profissionais do turismo são o coração do sistema turístico, injetando investimentos para que o turismo continue crescendo. É responsável pelos empregos formais do turismo, e deve se preocupar em oferecer serviços de qualidade. É o caso dos hotéis, agências de turismo, companhias aéreas, rodoviárias etc.
- A comunidade são as células do sistema turístico e é responsável por receber e oferecer produtos e serviços ligados direta ou indiretamente ao turismo. Podem atuar em várias áreas, artesanato, gastronomia, lazer & entretenimento, comércio etc., como também serem integrantes das partes descritas anteriormente. (VERA.ET AL. 1997)

Fazem parte do sistema turístico, de acordo com Vera et al. (1997):

- a) os turistas como consumidores⁶;
- b) os mecanismos públicos e privados que fazem a promoção e comercialização dos recursos turísticos transformando-os em produtos. São responsáveis pelo incentivo, criação e possibilitando a satisfação dos turistas. Normalmente se percebe um ambiente de alta competência entre a promoção da imagem turística pelas instituições públicas (marketing territorial) e a comercialização dos produtos turísticos pelas empresas turísticas. Esta fronteira entre o público e privado se rompe pela necessidade de levar aos mercados estratégias conjuntas público-privadas de promoção e comercialização⁷;
- c) os sistemas de transporte, conectividade e de mobilidade turística que organizam as viagens entre os espaços emissores e os receptores;
- d) o destino turístico ou território que possui um prestígio mais ou menos reconhecido nos cenários de grande competência por atrair fluxos turísticos.

Dessa forma, os destinos turísticos se distinguem pelos elementos básicos que são: primeiro, os recursos de atração turística (naturais, culturais, criados); segundo, a população local que participa e decide, em maior ou menor grau; terceiro, os impactos econômicos e culturais que origina a dinâmica turística no próprio território; quarto, a oferta central e de serviços (hospedagem, restaurante, equipamentos turísticos); e por último, a infraestrutura e equipamentos de

⁶ Esses consumidores são condicionados na sua decisão pelo seu perfil sócio demográfico, pelos meios de comunicação e pelos operadores turísticos. (VERA et. al., 1997)

⁷ Entende-se que se trata de um sistema de governança.

acessibilidade (aeroportos, saneamento, segurança, etc). (VERA et al. 1997)

Para esses autores, os elementos não devem ser vistos de maneira isolada, mas sim como subsistemas morfológicos, envolvendo os pontos de vista paisagístico, territorial, social e ambiental, como um subsistema funcional, encadeando relações de articulação entre diferentes empresas, instituições públicas, turistas e população local, responsáveis pela organização do sistema turístico em que, cuja relação deve ser fluente. (VERA et al. , 1997)

A pergunta que os autores (VERA et. al., 1997) fazem é se realmente o espaço turístico funciona como um verdadeiro sistema, cujas engrenagens e as suas partes componentes funcionam para satisfazer os turistas e se obtém vantagens competitivas frente a outros destinos fazendo melhorias constantes, buscando a rentabilidade social, ambiental e econômica dos destinos turísticos. Os próprios autores dão a resposta afirmativa quando mencionam que esse sistema dedutivo deve ampliar-se de forma empírica à realidade onde se dão as relações de produção e territorialização turística.

A confiança de que a atividade será benéfica vai depender da credibilidade entre os atores envolvidos numa mesma rede e/ou sistema. Os Estados seguem as políticas e planos coordenados em escala de organização e controle das relações sociais muitas vezes distantes da atual realidade espacial e temporal de alguns espaços já territorializados turisticamente.

Os atores/gestores envolvidos são importantes porque podem fazer apontamentos influenciando a melhoria das formas de planejamento da atividade turística, dividindo a responsabilidade de riscos. Porém, os interesses e 'egos' pessoais não devem se misturar aos verdadeiros interesses no desenvolvimento da atividade turística.

O turismo pode dar novos usos a determinados territórios utilizando-se das especificidades dos mesmos. O turista que pertence ao sistema atual é diferente do turista clássico, ele está atualizado, busca informações, está mais crítico. Sua satisfação vai além da busca de qualidade nos serviços tradicionais ofertados no turismo (hospedagem, alimentação, transporte). Os turistas e visitantes vem em busca de experiências. A satisfação do consumidor turístico vem deixando de ser genérica, padronizada e geral, passando a ser específica, segmentada e personalizada. O envolvimento da população residente nos destinos turísticos é

fundamentalmente necessário nesse processo, pois auxiliam na transformação dos cidadãos turistas que passam a ser turistas cidadãos. (GASTAL & MOESCH, 2007).

O turismo transforma determinados lugares dentro do território, assim, entende-se que o turismo possui uma estreita relação com a experiência e a vivência, o estar juntos e sua representação. Essa é a eventualidade do lugar, que exige negociação. (MASSEY, 2008).

Essa percepção de lugares como espaços passíveis de serem aproveitados pelos projetos turísticos é bem-abordada por Almeida (2010), ao defender que o ambiente turístico é uma combinação entre o natural e o cultural. A cultura liga-se a compreensão da leitura da natureza e não tem em si, uma identidade própria sem a presença dos grupos sociais que dão significado ao lugar, que lhe dispõem uma identidade revelando seus significados por meio das representações. (ALMEIDA, 2010).

Enquanto o espaço global é algo distante, o lugar adquire personalidade, tornando-se espaço vivido. Segundo Rodrigues (2001) o lugar como categoria filosófica, não significa uma construção objetiva, mas algo que só existe sob o ponto de vista do sujeito que o vivencia. É dotado de concretude porque é único e particular. Opõem-se ao universal de conteúdo abstrato e sem essência, sendo referencial da experiência vivida, provido de significado.

A percepção de território apontada por Haesbaert (2004) como territórios-rede relaciona o movimento e a conexão entre distintas escalas onde os territórios são descontínuos, desiguais e estão em constante formação.

A rede integra os lugares envolvidos num mesmo sistema de produção, sendo capazes de fomentar o desenvolvimento endógeno. A maneira de ver o lugar, como aponta Massey (2008), não só através da superfície de mapas, mas também, considerando as especificidades dos lugares como coleções de histórias e interseções dentro de um cenário. Todos os elementos que compõem o lugar, sejam as atividades e as relações humanas ou o ambiente natural, se movem de forma contínua; nada é fixo, nem mesmo a natureza que se modifica num tempo mais lento. Não há pontos fixos, pois “todas as essências tornam-se eventualidades”, o lugar como “real como a natureza, narrado como o discurso, coletivo como a Sociedade, existencial como o Ser” (LATOUR, 1999, p. 82, 90 apud MASSEY, 2008, p. 201).

O uso turístico dos territórios (CRUZ, 2007) e suas redes formam os

destinos turísticos. Por destino turístico entende-se como o espaço geográfico homogêneo, com características comuns, apropriado para objetivos de planejamento. Associa-se a qualquer unidade territorial com vocação para o planejamento e que possua certa capacidade administrativa para desenvolver a atividade. Pode fazer referência a países, regiões, estados, municípios ou localidades, englobando um ou vários países, ou regiões, estados, comarcas, províncias, sendo elas ou não de uma mesma região (VALLS, 2006).

Um lugar, um grupo de municípios, de modo que cada uma dessas unidades de gestão turística se configure de acordo com suas características históricas, geográficas, antropológicas ou sociológicas, ou qualquer outro motivo de integração. Deve adquirir centralidade objetivando a atração de turistas. A partir dos atrativos e recursos disponíveis e valorizados, o destino deve apresentar uma oferta estruturada a serviço de determinadas satisfações dos clientes, como um sistema integrado. Deve conter uma marca, uma imagem atrativa que traduza toda a oferta, facilite sua identificação nos mercados e gere uma interação de afetos e sentimentos. A função de comercialização deve estar em conjunto, cooperação vertical com visão estratégica ou plano em conjunto. (VALLS, 2006, p. 15)

Cabe às localidades promover e vender seus bens e serviços. São produtos turísticos cujos valores e identidades devem ser trabalhadas, planejadas e promovidas. É necessária identificação das oportunidades de mercado e serem capazes de satisfazer esse mercado por meio de vantagens competitivas. (KUAZAKI, 2000), (TRIGUEIRO, 2001).

Segundo Valls (2006):

O produto turístico seleciona alguns dos atrativos existentes em um território, valoriza-os e lhes adiciona os elementos necessários para convertê-los em uma amálgama de componentes tangíveis e intangíveis que gera utilidades ou benefícios aos consumidores em forma de experiências concretas. A tarefa valorizar um recurso consiste em recuperar a autenticidade de seu estado original, ou melhorar seus atributos e em incorporar atributos novos, a fim de incrementar a qualidade da experiência para um determinado grupo de pessoas e estabelecer critérios para que as constantes se mantenham de forma permanente.

O produto turístico juntamente com os atrativos são os componentes do destino turístico. Aqueles territórios que não conseguem fazer uma boa promoção de si mesmo correm o risco da estagnação e do declínio econômico. É necessária a presença de agentes públicos e privados que permitam alcançar o consenso entre as oportunidades e as vantagens e fixar objetivos de crescimento harmônico e sustentável. (KUAZAKI, 2000), (WWF, 2003).

O desenvolvimento territorial, nesse sentido, exige a recomposição dos

territórios adaptando e refazendo as hierarquias territorializadas, superando as antigas estruturas de poder local, dando lugar à articulação e às formas de gestão ou 'governança' dentro das regiões.

Governança é um sistema de cooperação que articula os municípios pertencentes a uma microrregião que, por meio de pactos, associações e consórcios, organizam-se para formular e adotar um plano de desenvolvimento local dando real importância aos sistemas produtivos locais e ao meio ambiente. (VEIGA, 2002).

Para Beduschi Filho e Abramovay (2004), com a descentralização do poder, o destino dos territórios deixa de se concentrar numa autoridade essencial incumbida de distribuir recursos e passa a estar vinculado na capacidade de criação de riquezas que a própria interação entre atores locais é capaz de criar. "A estrutura piramidal é substituída por uma abordagem policêntrica, dotada de múltiplas instâncias de decisão". (BEDUSCHI FILHO E ABRAMOVAY, 2004, p. 44).

É indispensável preservar o bom senso entre a rede formada pelo turismo e os demais setores da economia, de modo que não acabe se estabelecendo um monopólio turístico, reduzindo ou destruindo a capacidade de desenvolvimento harmônico e em conjunto de economias complementares relacionados com os recursos naturais e humanos do turismo. (VALLS, 2006).

É necessário criar riquezas que envolvam as demais economias mediante o efeito multiplicador e difusor, convertendo-se em rendas e impostos, reduzindo as desigualdades territoriais e de rendas, oferecendo receitas complementares àquelas comunidades com menor capacidade de obter receita através de sua própria atividade econômica tradicional, como a agricultura, a pesca, o artesanato, agroindústria. (VALLS, 2006), (CORIOLANO, 2006)

Desse modo, consegue que não fiquem desertas áreas com clara propensão a isso e que se fixe a população em áreas menos desenvolvidas e de interior; criar postos de trabalho de qualidade, que permitam o desenvolvimento de carreiras profissionais no setor de turismo e lazer; possibilitar a criação de conhecimento turístico e de lazer, de modo que se fortaleça a internacionalização do setor; oferecer melhor qualidade de vida a todos os habitantes e turistas em matéria de equipamentos, infraestruturas, tecnologias, inovação, espaços de lazer, etc; gerar condições de competitividade internacional no setor turístico, e nos outros, para os empreendedores e grupos empresariais, tanto de propriedade quanto de cadeias voluntárias. (VALLS, 2006, p. 48).

Um destino sustentável é aquele que adota um conjunto de medidas

globalizadoras, realizáveis e de planejamento duradouro, que se estende por todas as fases de ciclo de vida e encadeia seu desenvolvimento geral no contexto econômico, sociocultural e ambiental. Sugere que os recursos naturais e culturais não apenas favoreçam a atualidade, mas que sejam conservados para o uso no futuro. (VALLS, 2006).

Os critérios puramente econômicos acarretam a um devastador individualismo. É importante resgatar valores éticos vinculados a conceitos como bens públicos e de interesse público. Dar ênfase no planejamento voltado a processos integrados orientados à satisfação das necessidades de várias partes interessadas incorporando a compreensão do mercado e das bases dos recursos turísticos. (HALL, 2001)

O planejamento deve estar presente em todas as fases do ciclo de vida de uma destinação turística: início, desenvolvimento, expansão, maturidade, declínio e obsolescência. (VALLS, 2006).

De acordo com o autor, é nas fases de maturidade ou declínio do destino que a mudança é proposta, pois ao perceberem as deseconomias causadas pelo desenvolvimento turístico não sustentável, os gestores percebem os sinais de que é preciso re-planejar. Ao perceberem a *superexploração* dos recursos existentes, a exemplo das instâncias de *sol e praia* que prejudica o valor da experiência do território e do patrimônio a médio e longo prazos, não levam em consideração os valores ambientais e culturais existentes. (VALLS, 2006)

Além disso, com a turistificação dos lugares pode ocorrer o abandono de setores tradicionais como a agricultura, gerando a dependência externa no abastecimento tanto da população autóctone quanto da turística, assim como a perda do controle administrativo da atividade turística para as organizações institucionais e empresariais, tornando a região cada vez mais dependente dos interesses de grupos internacionais. (VALLS, 2006)

Para que não ocorram esses e outros problemas, alguns autores como Hall (2001) e Valls (2006), defendem o planejamento turístico estratégico para a gestão integral dos destinos.

O planejamento turístico estratégico significa a participação e envolvimento dos diversos setores ligados direta ou indiretamente na atividade turística em todo o processo, desde a elaboração das metas, objetivos, desenvolvendo métodos de avaliação contínua e indicadores que darão um feedback quanto ao andamento das

ações tomadas. Uma análise dialética com ênfase na função do processo, visando compreender suas interdependências e seus inter-relacionamentos. (HALL, 2001).

Existe uma série de impedimentos que dificultam a gestão integral dos destinos: a falta de vontade de todos os agentes e trabalhar conjuntamente em prol de um destino sustentável; indefinição geográfica do território; a alta de lideranças no processo; fragmentação do setor privado, tanto empresarial quanto do associativismo; dispersão ou divergência existente no setor público, tanto a nível federal, estadual e municipal como entre setores: cultura, agricultura, meio ambiente, etc; as competências públicas de gestão (governança) caem em diferentes mãos, em muitas ocasiões é submetida a critérios opostos a gestão anterior, inviabilizando todo o trabalho realizado até aquele momento; Díficil relação entre o setor público e privado para chegar ao consenso em temas vitais com os objetivos de planejamento, liderança do processo e a divisão dos investimentos financeiros de cada um deles com vistas à sustentabilidade. (VALLS, 2006)

Sobre o processo de turistificação na América Latina, em especial no Brasil, o interesse na atividade focou primeiramente na busca de recursos para o equilíbrio e/ou recuperação da economia nos territórios. Com o auxílio de alguns autores, realiza-se uma crítica ao método de turistificação proposto inicialmente para a América Latina que não levou em consideração as formas de desenvolvimento territorial de forma integrada respeitando os elementos endógenos. Posteriormente a noção de desenvolvimento integrado passou a fazer parte dos programas de desenvolvimento local como veremos a seguir.

2.1.1 Territorialização do Turismo na América Latina

Após a Segunda Guerra Mundial, cresce o número das grandes cadeias de hotéis, principalmente americanos, causado pelo *boom* do turismo na Espanha. A busca dos turistas por lugares paradisíacos de *sol e praia* fizeram com que crescesse rapidamente o turismo, em especial na Costa Mediterrânea, entre as décadas de 1950 e 1960.

Ao perceberem esse crescimento mundial do turismo, os governos da América Latina resolvem adotá-lo como *indústria* para promover e transformar seus territórios objetivando atrair investimentos externos. Dessa forma, muitos países latino-americanos adotaram o turismo como opção de crescimento para a recuperação da sua frágil economia. (SCHLÜTER, 2001) (CORIOLANO 2006).

A ‘indústria do turismo’ inclui hotéis e outros tipos de acomodações, restaurantes e demais serviços de alimentação, transporte, incluindo serviços e instalações, atrações de lazer em geral, lojas de artesanato e *souvenirs*. A expressão *indústria do turismo* como é utilizado na obra de vários autores, de acordo com Coriolano (2006), não é uma expressão correta, pois o turismo está ligado ao terceiro setor, relacionado à prestação de serviços e não pode ser classificado como indústria.

Nas décadas de 1950 a 1970, os governos da América Latina passam a investir em infraestrutura como aeroportos e estradas, venda de terrenos com valor abaixo de mercado e incentivos fiscais às empresas internacionais com objetivos de fixarem seus empreendimentos nos países subdesenvolvidos como o Brasil. (SCHLÜTER, 2001).

Segundo Coriolano (2006):

Vale ressaltar que, entre as décadas de 1950 a 1970, os países do chamado Primeiro Mundo definiram os elementos que marcaram o rumo do turismo, e que podem ser explicados pela melhoria das condições de vida da população, pela conquista do tempo livre do trabalho – as férias – pelo aumento do poder aquisitivo e pela revolução dos transportes. Neste período, as grandes corporações turísticas transnacionais iniciaram e consolidaram o controle vertical e horizontal da atividade, de modo que, no decênio seguinte, já haviam dominado o mercado turístico dos países tropicais com a massificação turística em vários pontos. (CORIOLANO, 2006, p. 63).

A região passou a adotar, a partir de 1955, o modelo econômico proposto pela Comissão Econômica da América Latina – CEPAL. Nessa época, ocorreram grandes esforços para o desenvolvimento dos territórios rurais focados a exportação de matéria prima e incentivos à industrialização, que dessa forma, exigiram investimentos e de uma grande participação do Estado.

Segundo, Schlüter (2001):

Os governos tentaram estimular as grandes corporações privadas a investir no país. Quando isso não se concretizou, eles próprios passaram a investir. Também recorreram ao financiamento externo de instituições internacionais como Banco Mundial, a Organização dos Estados Americanos (OEA), o Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas (UNDP, sigla em inglês), o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), etc.

Um dos primeiros registros de ações destinadas à implementação do turismo na América Latina é em Bariloche, na Argentina. O turismo foi introduzido como consequência de problemas políticos internos. Surgiram estâncias turísticas

dedicadas ao lazer dos turistas residentes nos países industrializados. Assim sendo, as características dessas ações foram decididas pelos próprios países industrializados e acolhidas sem hesitação pelos países periféricos que consideravam o turismo a resposta para todos os problemas. (SCHLÜTER, 2001).

A partir da segunda metade do século XX, a América Latina adapta suas atrações de acordo com as exigências do mercado internacional predominando os três produtos mais buscados: sol, praia e mar, cultura exótica e turismo de natureza.

Nos anos de 1960 passa-se a analisar o turismo a partir do diagnóstico dos impactos provocados, classificando o turismo a partir dos seus aspectos funcionais, econômicos, sem levar em consideração a integração.

Para Santana (2009), o turismo é considerado como um agente de mudança, tanto econômica quanto social, que pode estimular a geração de emprego e o investimento, uma 'indústria' que procura tirar o máximo proveito em menor tempo possível, contribuindo de forma positiva na balança de pagamentos dos países receptores. (SANTANA, 2009)

Apesar do aparente saldo positivo na questão econômica, a introdução do turismo na América Latina promoveu ações exógenas que não levaram em conta as especificidades e a preservação dos recursos naturais locais e a integração social. Como consequência, no Brasil, predominou o modelo de *sol, praia e mar*. (SCHLÜTER, 2001).

Entre 1972 e 1973, ocorreu no País um projeto chamado *Turis*, com objetivo de estruturar uma cadeia de balneários na orla do Atlântico, desde o Rio de Janeiro até Santos, visando o turismo interno e internacional. Houve grande atração de turistas argentinos estendendo-se até Porto Alegre. Novos projetos foram realizados posteriormente no Nordeste brasileiro, que segundo Schlüter (2001, p. 235), "[...] onde a herança cultural de holandeses, portugueses e africanos se funde com o hedonismo, em balneários como o Clube Méditerranée de Itaparica". Esses locais tornaram o Brasil mais atraente para os turistas americanos e europeus. Porém, o Rio de Janeiro continua sendo a cidade mais visitada pelos turistas. (SCHLÜTER, 2001).

Em relação ao turismo ecológico, o governo brasileiro visou a turistificação da Amazônia, entre 1964-1985, período da ditadura militar no País. Foi uma época:

[...] onde a intervenção estatal, a formação de redes e a indução da mobilidade representavam as estratégias geopolíticas de integração

amazônica. Neste contexto surgem as estradas, a modernização das infraestruturas aéreo/portuárias e os incentivos fiscais. Consequente, sua abertura para o mundo se fortalecia com o fenômeno turístico, possibilitando a mobilidade de pessoas e capitais. (ANDRADE & TAVARES, 2012, p. 2)

Os primeiros projetos de incentivo foram realizados por meio do Conselho Deliberativo da Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia – SUDAM. Dos 11 projetos investidos no setor terciário, 02 visavam promover a infraestrutura turística local. Foram eles, a atração das redes hoteleiras Tropical em Manaus, em 1969, e Orsa para a cidade de Belém, em 1970.

O discurso de promover a turistificação amazônica faz parte assim, de um objetivo principal, reduzir as desigualdades interregionais e favorecer o crescimento do produto regional. Para isto, o papel do turismo visava promover primeiramente as vantagens comparativas. (SUDAM, 1978 apud ANDRADE & TAVARES, 2012, p.10).

Apesar dos esforços para promover a integração espacial, o programa proporcionou um tímido aumento da oferta hoteleira na região de Manaus, seus impactos não foram vistos como necessariamente positivos no cenário internacional. (ANDRADE & TAVARES, 2012). Segundo Andrade & Tavares (2012), o conceito sobre a Amazônia, nessa época, ficará centralizado na degradação ambiental ocasionada pela abertura de estradas que por suas especificidades turísticas.

A forma de desenvolvimento promovida de *cima para baixo*, ditadas por governos que apoiavam a entrada de investimentos estrangeiros, fez com que muitos dos empreendimentos fossem erguidos em áreas naturais, não respeitando a sustentabilidade ecológica e gerando impactos irreversíveis na natureza. Além do impacto ambiental, ocorreram impactos socioculturais, pois muitas das terras pertencentes aos povos tradicionais foram desapropriadas em nome do desenvolvimento econômico. (CORIOLANO, 2006)

É o que Coriolano (2006) chama de ‘processo simultâneo de inclusão/exclusão’ na nova configuração e reprodução da economia mundial, onde a inclusão é para alguns e a exclusão é para muitos.

Em sua obra, Coriolano faz uma crítica às formas de desenvolvimento no nordeste brasileiro, em especial no Ceará, onde os *resorts* geralmente elitizados, não levaram em consideração as comunidades locais. Ao contrário, formaram um mundo isolado, desterritorializado e utilizaram todos os meios para reter o turista sem dar-lhes chance de sair desses lugares para divertimento e consumo fora de suas dependências. (CORIOLANO, 2006)

O setor de hospitalidade não causa grandes problemas ao meio ambiente, não consome grande quantidade de recursos naturais, porém, muitos empreendimentos estão situados em áreas de beleza natural, em cidades históricas e em regiões de delicado equilíbrio ambiental. Se os impactos de todas as empresas de turismo forem somados, poderão desenvolver um relativo potencial nocivo à natureza. Essas empresas utilizam recursos naturais e como toda a empresa, contribui para a redução dos mesmos, sem falar da geração de lixo, equipamentos e resíduos químicos. As redes hoteleiras têm empregado sistemas de gestão ambiental na tentativa de reduzir os impactos ao meio ambiente e melhorar a imagem de suas empresas e do setor turístico. (GONÇALVES, 2004).

O lucro com esses empreendimentos situados no norte e nordeste é enviado diretamente aos estados (principalmente sudeste e sul do Brasil) e países sede dessas empresas, não beneficiando em quase nada a população local. O elevado investimento em estruturas modernizantes ajudou a reforçar a tendência de segregação socioespacial em Fortaleza, por exemplo, pois os espaços valorizados forma retirados das populações pobres, terminando por dividir a cidade em rica e pobre. (CORIOLANO, 2006)

Tanto os projetos ligados a *sol e mar* como os de turismo na Amazônia são projetos que não levaram em consideração as comunidades locais e a interação entre os turistas e os moradores. É o resultado de iniciativas e recursos estrangeiros provindos dos países industrializados designados a promover a assistência aos países em desenvolvimento não com agentes locais, mas com mão de obra estrangeira. “Desde a presidência de John F. Kennedy, quando foram criados os *Peace Corps*⁸, acreditava-se que era melhor enviar *especialistas* do que dinheiro às nações em desenvolvimento, pois os recursos poderiam ser usados para outros objetivos que não aqueles aos quais se destinavam”. (SCHLÜTER, 2001, p. 239).

Mesmo com conhecimento técnico, os especialistas estrangeiros tinham pouca informação a respeito dos países em desenvolvimento onde os recursos eram aplicados. Outro problema são as autoridades governamentais no turismo que são nomeadas por motivos políticos, estando sujeito à autoridade de quem os nomeou. Quem os nomeia espera ter respostas políticas aos problemas, e não técnicas. Os

⁸ Agência federal dos Estados Unidos conhecido como *Corpo da Paz* onde o presidente John F. Kennedy procurou incentivar a compreensão mútua entre os americanos e pessoas de outras nações e culturas, ajudando os países em desenvolvimento. Disponível em <http://www.jfklibrary.org/JFK/JFK-in-History/Peace-Corps.aspx>.

especialistas da administração pública estão submissos à autoridade política e, apesar da estabilidade no emprego, “[...] os técnicos correm o risco de serem ‘postos na geladeira’ se discordam das diretrizes oficiais. Por esse motivo, as críticas ainda que construtivas, são evitadas”. (SCHLÜTER, 2001, p. 240).

Esse fato é esclarecido por Candiottto (2010) quando afirma que o turismo, numa perspectiva geográfica ligada ao território, se relaciona com as questões de poder e política. Assim, a territorialização turística é uma das fases de territorialização do capital, sendo incentivada pela fase pós-fordista do capitalismo, marcada pela acumulação flexível, em que a natureza e a cultura são cada vez mais transformadas em mercadoria. (CANDIOTTO, 2010)

O turismo é um serviço que visa atender uma demanda ligada a vida moderna que busca lazer e entretenimento. Essa demanda é estimulada por estratégias de marketing que estimulam a fuga da rotina e o consumo de lugares com infraestrutura específica para atendê-los, com hotéis, restaurantes, transporte, comunicação, entretenimento etc., formando territórios específicos para o turismo. Os governos e as empresas privilegiam esses espaços, modernizando-os e acentuando as desigualdades socioespaciais. (CORIOLANO, 2006)

Entende-se que a atividade turística pode envolver uma série de ações para o desenvolvimento econômico de determinadas áreas, conseqüentemente, assim como em outros setores da economia, atrai trabalhadores que buscam melhorias na qualidade de vida por meio da geração de emprego, porém, nem todos estão qualificados para a atividade.

O que ocorre é a grande exclusão da maioria desses trabalhadores, onde muitos se deslocam e se instalam ao redor dos polos turísticos, formando áreas pobres e degradadas. Muitos desses trabalhadores, em busca de uma colocação no mercado de trabalho, acabam trabalhando na informalidade, o que pode explicar o grande número de empregos informais no setor turístico.

Como consequência, na década de 1970, cresce a abordagem negativa e pessimista do turismo, nivelando-o às formas históricas colonialistas e de economia dependente (SANTANA, 2009).

O Estado passa a receber críticas da sociedade civil destacando os grupos como organizações não governamentais – ONGs internacionais que se posicionaram totalmente contra o turismo argumentando que ele rouba a natureza, degrada as culturas, estimula a especulação imobiliária, aumenta a pobreza e a

criminalidade nos territórios turísticos e não trás benefícios às comunidades locais. Os órgãos financiadores como o Banco Ibero-americano de Desenvolvimento – BID, ao perceberem tal pressão, passam a exigir maior participação de agentes locais no planejamento da atividade turística. (CORIOLANO, 2006)

Além dos problemas de impacto social, cresce também as preocupações a respeito dos impactos ambientais provocados pela ação humana no planeta após serem noticiados com maior destaque a partir dos anos de 1970. Os desastres ambientais, como os acidentes nas usinas nucleares, nas plataformas marítimas e os eventos sobre meio ambiente como o Protocolo de Montreal, o relatório Brundtland que dissemina os princípios do desenvolvimento sustentável e a Eco 92, ocorridos nas décadas de 1980 e 1990, colocaram ainda mais em evidência a preocupação com os sistemas ambientais. (BECK, 2011), (GONÇALVES, 2004).

Os sistemas ambientais são responsáveis pelo fornecimento de materiais e energia aos sistemas socioeconômicos e deles recebem os seus produtos. A palavra chave para o estudo dos problemas ambientais é *ecologia*, criada em 1866 por Ernest Haeckel. A palavra, de origem grega, significa *ciência do habitat*, ciência do modo de vida, ciência que estuda a natureza como um todo, que estabelece inter-relações entre os seres vivos e o meio em que vivem. Já ecossistema são as cadeias de relações entre os organismos vivos e o meio ambiente. Quando uma dessas cadeias ou sistemas se rompe, devido à ação antrópica, ocorre os impactos ambientais. (GONÇALVES, 2004), (SANTANA, 2009)

Durante o século XX, o ser humano, na busca desenfreada pelo desenvolvimento, provocou inúmeros problemas ambientais em escala global. As formas equivocadas de desenvolvimento, em especial nas áreas agrícolas, aliada a falsa imagem de que os recursos naturais são infinitos, promoveu o seu uso inadequado, alterando a qualidade de vida das futuras gerações. (GONÇALVES, 2004).

Para conter o ritmo desenfreado da exploração dos recursos naturais, foram criados mundialmente procedimentos e normas legais como multas e prisões como forma de gerenciar e punir aqueles que não respeitam o meio ambiente. As empresas passaram a sofrer forte pressão para mudar. (GONÇALVES, 2004).

Além das leis ambientais, passaram a existir organizações ativas, cidadãos consumidores conscientes e críticos, sociedades e associações voltadas a programas de meio ambiente, investidores ambientalmente conscientes, mercados

globais e investidores *verdes* e a exigência de produtos ambientalmente corretos. Apesar de alguns avanços, em relação a internacionalização da questão ambiental a partir da década de 1980, o empresariado teve uma mera conscientização econômica e não ideológica como seria a imaginada. (GONÇALVES, 2004).

Como estratégia, implementaram alguns ajustes de acordo com a pressão, evitando constrangimentos em relação ao meio ambiente. Um dos motivos dessa postura, de acordo com Gonçalves (2004), é o fato de o *consumidor verde* ser até hoje minoria nos países em desenvolvimento, implicando num fraco incentivo para a atuação mais significativa do setor empresarial nas questões ambientais.

No Brasil, a preocupação com o meio ambiente foi irrelevante até metade do século XX. Entretanto, nas últimas três décadas têm ocorrido ações mais efetivas para o desenvolvimento de políticas públicas voltadas para a conservação a partir da revisão do Sistema Nacional de Áreas Protegidas, que teve início em 1988 culminando na criação da Lei 9985/00. (MOREIRA, 2008)

Essa lei introduziu importantes mudanças na política de criação e gestão das chamadas Unidades de Conservação – UC, otimizando um número maior de áreas protegidas em território brasileiro, promovendo maior desenvolvimento local participativo, inclusive com consulta pública e participação da população local e representantes governamentais nos conselhos de gestão, tanto de caráter consultivo como deliberativo dentro das UCs. Nessas unidades, como Parques Nacionais, por exemplo, é possível realizar atividades de educação ambiental e de turismo de forma a estimular a preservação ambiental e proporcionar o desenvolvimento econômico regional. (MOREIRA, 2008), (WWF, 2004).

Além da questão ambiental, outro problema histórico da territorialização do turismo é a questão da participação social. É nos anos de 1990 que a noção de desenvolvimento local participativo e os projetos de desenvolvimento territorial passam a ser desenvolvidos no Brasil.

A década de 1990 voltou-se em grande parte a esse objetivo sob três modalidades básicas. Em primeiro lugar, a ação governamental pauta-se por *programas* que, em princípio, têm natureza multissetorial e cuja execução envolve diversos segmentos da administração pública e da sociedade civil. Além disso, são fortalecidas organizações locais – os conselhos gestores formados com ampla participação social – responsáveis diretas pela gestão e controle de políticas públicas. Por fim, o Executivo dá início a novos recortes do território nacional por meio de, ao menos, três iniciativas inovadoras: os Eixos Nacionais de Integração e Desenvolvimento, o Programa de Desenvolvimento Integrado e Sustentável de Mesorregiões Diferenciadas e o Zoneamento Econômico Ecológico. Por maiores que

sejam as diferenças entre os objetivos, os métodos e os resultados de cada uma dessas iniciativas, nos três casos, trata-se de planejar o processo de desenvolvimento com base em recortes territoriais que não se limitam às cinco regiões políticas em que se divide o País. (BEDUSCHI FILHO E ABRAMOVAY, 2004, p. 36)

O Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT (1994) provém desse período e é o primeiro modelo brasileiro de gestão integrada com a participação das comunidades locais. (SETU, 2009)

O PNMT buscou soluções e caminhos para a prática do turismo efetivamente nos municípios. Criado em 1993, foi coordenado pela Secretaria de Turismo e Serviços – SETS, vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio e Turismo. Foi aplicado conforme metodologia da Organização Mundial do Turismo – OMT com adequações à realidade brasileira, objetivando a conscientização, sensibilização, capacitação e estimulando os participantes que se tornaram posteriormente agentes de desenvolvimento do turismo no seu município. (SETU, 2009)

O PNMT teve papel importante para as diretrizes do turismo brasileiro porque buscou despertar as pessoas para a importância do turismo como gerador de renda, impulsionando o crescimento econômico aliando a preservação cultural e ambiental dos elementos endógenos de cada local. Eram os participantes que decidiam as formas de gestão para melhor aproveitamento dos seus recursos culturais e naturais.

Por meio de avaliação do PNMT, no ano de 2002, observou-se que, apesar das ações terem sido positivas, o Programa era focado numa perspectiva muito local dentro dos municípios, o que tornou as ações regionais incapazes de se disseminarem.

Dentro do território brasileiro, a região dos Campos Gerais e Sudoeste do Paraná receberam grande destaque por conseguirem avançar para o enfoque regional. Apesar dos avanços, muitas das ações foram encerradas porque os recursos financeiros destinados ao Programa não foram suficientes, além da falta de comprometimento dos atores locais parceiros do PNMT. (SETU, 2009)

As Oficinas do PNMT eram instrumentos de conscientização e orientação na elaboração do plano turístico municipal, na formação de um Conselho Municipal de Turismo – COMTUR e na criação de um Fundo Municipal de Turismo – FUMTUR que já se caracterizavam como instâncias de governança municipal.

De acordo com a Secretaria de Turismo do Estado do Paraná:

Ficou evidenciado que, para obter melhores resultados, a atividade turística não deve se restringir a um município, portanto não pode ser pontual. Em geral, os destinos turísticos de sucesso abrangem uma região, ou um roteiro turístico que engloba, de forma complementar, atrativos, serviços e segmentos turísticos de distintas localidades. Dessa forma consegue atingir uma parcela bem maior do mercado turístico, tanto nacional como internacional e beneficiar um maior número de atores locais. (SETU, 2009, p. 09)

A regionalização do turismo busca priorizar a descentralização das ações, a revalorização dos lugares e territórios, a participação efetiva dos residentes locais e a formação de parcerias entre os diversos agentes sociais e entre as regiões, as comunidades, os municípios, por meio de roteiros turísticos integrados. (SETU, 2009)

A interação regional entre os atores locais pode ser considerada um instrumento importante de aprendizagem já que os mesmos estão envolvidos no processo e atentos à realidade local, vivem no espaço e conhecem suas ‘fragilidades e potencialidades’ podendo aprender com a experiência um dos outros, desde que a maioria dos atores esteja favorável ao desenvolvimento do turismo como aponta Valls (2006):

O desenvolvimento do destino turístico requer o envolvimento da sociedade em geral, entendida como o resgate dos setores econômicos, sociais, culturais, ecológicos, esportivos, etc. Os habitantes do destino são os primeiros interessados em conhecer a nova situação em decidir sobre o desenvolvimento turístico da área, assumindo os benefícios e as desvantagens que ele traz. Essas coletividades e a rede de associações e instituições propiciam a auto adesão ao modelo de desenvolvimento. Se a maioria dos membros de uma sociedade não é favorável à orientação ao turismo em seu território, o processo gerará conflitos e disfunções a curto ou a longo prazo. (VALLS, 2006, p.25)

A experiência do PNMT permitiu formar as bases para prosseguir no desenvolvimento integrado do território. Como resultado, orientou na condução do processo de ampliação das ações no contexto regional, mobilizando a formulação do “Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.” (SETU, 2009)

Segundo a SETU (2009), no ano de 2003, o governo federal reconhece o turismo como atividade de grande importância para o desenvolvimento territorial colocando-o entre as dez prioridades da sua gestão e criando o Ministério do Turismo – MTur.

Para o MTur, o desafio foi criar um novo modelo descentralizado de gestão

pública focando a participação comunitária tendo como objetivo a redução das desigualdades regionais e possibilitando a inclusão de novos agentes sociais. Foi então que entra em vigor o Plano Nacional de Turismo - PNT (2003-2007) constituído de uma política indutora do desenvolvimento sócio econômico no Brasil, colocando a regionalização como política pública de turismo. (SETU, 2009)

O PNT estabeleceu a criação de dois canais, o Conselho Nacional de Turismo e o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo. Outro instrumento do processo de descentralização foi a composição de 27 fóruns estaduais com a finalidade de integrar a cadeia produtiva nos Estados e Distrito Federal, facilitando a implantação do Plano Nacional do Turismo. (BRASIL, 2003).

Ainda como parte da política de descentralização como mostra na figura 6, os municípios brasileiros foram estimulados a criar os Conselhos Municipais de Turismo e organizarem-se em consórcios para formar Roteiros Integrados, oferecendo um conjunto de produtos turísticos, completando-se assim o sistema de gestão do turismo brasileiro.

A política pública de regionalização do turismo buscou desenvolver a região e não mais o município isoladamente.

A regionalização do turismo procura em vários sentidos, a descentralização das ações, a revalorização dos lugares e territórios, a emergência do local com participação dos residentes e ainda no sentido das parcerias dos sujeitos sociais e entre regiões, municípios e comunidades através dos roteiros turísticos. (CORIOLANO, 2006, p. 122)

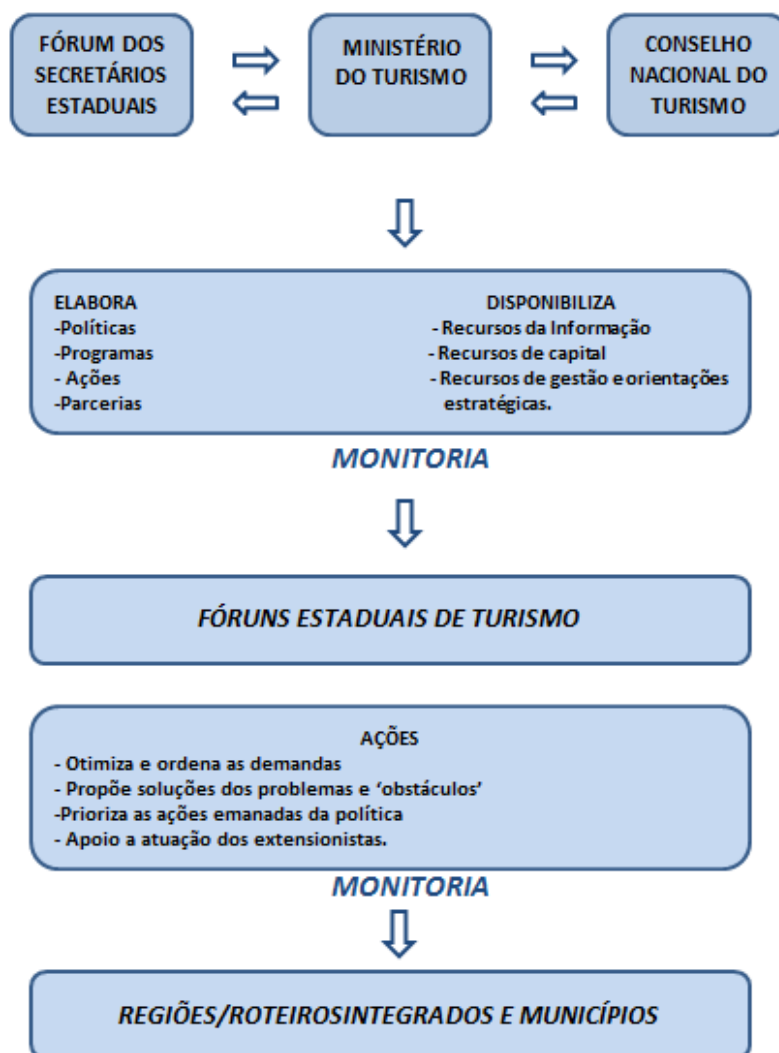
É uma forma de planejamento, promoção e comercialização compartilhada e integrada, alinhando-se as tendências internacionais que procuram melhorar o aproveitamento dos recursos existentes, sejam humanos, financeiros e técnicos e melhor estruturação dos destinos (VALLS, 2006) e dos espaços que podem ser aproveitados para usos turísticos (CRUZ, 2007), como um sistema em rede geográfica. (CORRÊA, 2011).

A figura 06 apresenta o sistema de gestão do Plano Nacional de Turismo – PNT 2003 – 2007. Na figura 06 é possível visualizar como está composto macroprograma no território brasileiro.

No ano de 2007, é lançado o ‘Plano Nacional de Turismo 2007/2010 – Uma Viagem de Inclusão’ que fomenta a consolidação da rede de entidades e instituições do território brasileiro, envolvendo as três esferas do poder público, a iniciativa privada e o terceiro setor, com a finalidade de fazer do turismo um importante indutor

da inclusão social por meio da criação de novos postos de trabalho, ocupação e renda, e de consumo, com a atração de novos turistas no mercado interno. Com isso o Programa de Regionalização do Turismo – PRT altera-se para ‘macroprograma’. (BRASIL, 2017).

Figura 6: Sistema de gestão PNT 2003 – 2007



FONTE: BRASIL. Plano Nacional do Turismo: Diretrizes, Metas e Programas 2003 – 2007. Brasília: MTUR, 2003.

Para o Ministério do Turismo:

As instâncias de governança macrorregionais, ou Agências de Desenvolvimento do Turismo das Macrorregiões, são órgãos colegiados formados por integrantes do setor público, da iniciativa privada e da sociedade civil organizada. Tratam do desenvolvimento do turismo em áreas de abrangência macrorregional, que ultrapassam os limites territoriais

dos estados, propiciando o desenvolvimento compartilhado e integrado do setor. (INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA, 2016)

O PNT 2013-2016 dá continuidade à abordagem territorial e institucional e a regionalização do turismo para o planejamento tendo como elemento principal o Documento Referencial – Turismo no Brasil 2011/2014 tendo como diretrizes a participação e o diálogo com a sociedade, geração de emprego e empreendedorismo, incentivo a inovação e ao conhecimento. Seus objetivos são o incentivo ao turismo interno, o incremento e maior atração de turistas estrangeiros, aumento da competitividade do turismo e principalmente, investir e preparar o País para os megaeventos como a Copa das Confederações, Copa do Mundo de Futebol e Olimpíadas. (BRASIL, 2013).

Os Planos Nacionais de Turismo foram importantes porque estimularam a formação dos territórios turísticos nos estados do Brasil, como o Paraná, que será visto a seguir.

2.1.2 O Processo de Formação dos Territórios Turísticos no Paraná

A Secretaria de Estado do Turismo – SETU/PR foi criada em 2003, mesmo ano de criação do Ministério do Turismo. Sua estrutura abrange a formação do conselho Consultivo de Turismo – instância de governança estadual que começa a coordenar as ações do Plano Regional de Turismo no Paraná. (PARANÁ, 2009).

Dentre as diversas ações, tem como responsabilidade a execução dos programas de Política Estadual de Turismo, destacando àqueles relacionados às estratégias de regionalização e municipalização. O planejamento das ações é coordenado através da política Estadual de Turismo 2003 – 2007, onde são consideradas oito estratégias: envolvimento da sociedade, municipalização e regionalização do turismo, qualidade do produto turístico, estatísticas de turismo, proteção do patrimônio natural e histórico cultural, financiamento e investimento, gestão pública e articulação institucional para o turismo, promoção e divulgação do produto turístico paranaense. (PARANÁ, 2009)

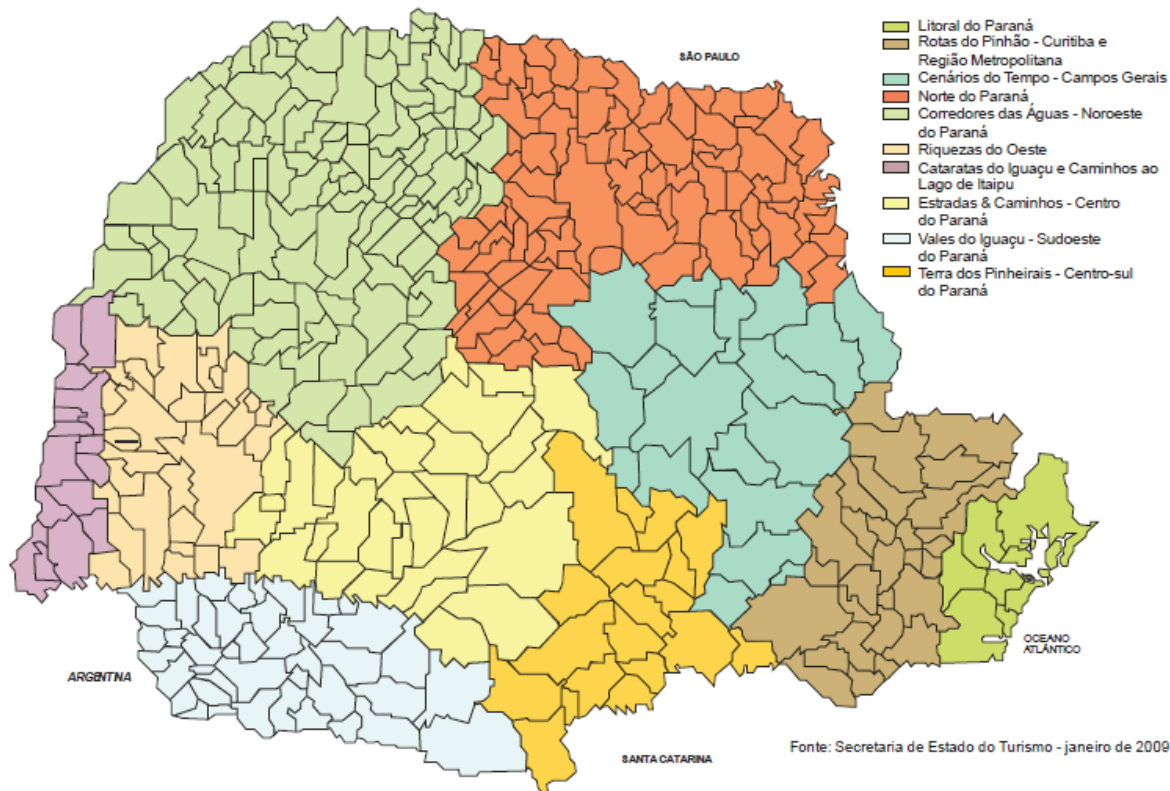
Juntamente com a SETU/PR cria-se a Câmara de Regionalização do Turismo para atuar em paralelo com a Secretaria e o Fórum Estadual dos Secretários Municipais de Turismo. Iniciam-se aí as discussões a respeito da regionalização do turismo no Estado que, até então, não possuía regiões turísticas oficiais. (PARANÁ, 2009)

Ainda em 2003, foi realizada a Oficina de Planejamento, que contou com a participação dos representantes de 18 regiões administrativas participantes do Fórum dos Secretários Municipais de Turismo. Dessa oficina, foram definidas 09 regiões turísticas para o Paraná. (PARANÁ, 2009)

Em 2005, por meio de convênio entre o MTur e a SETU/PR, foi possível intensificar o ordenamento territorial da atividade turística com atividades de sensibilização, mobilização, institucionalização da governança regional, elaboração do plano estratégico de desenvolvimento do turismo regional, elaboração dos roteiros turísticos, sistema de monitoria e avaliação. (PARANÁ, 2009)

Em 2007, o SEBRAE passa a fazer parte do programa de regionalização em parceria com a SETU/PR por meio de um convênio incluindo o MTur. O objetivo desse convênio foi fortalecer as instâncias de governança regional, avaliar as ações e elaborar um Projeto para identificar a imagem turística de cada uma das regiões. (PARANÁ, 2009)

Figura 7: Mapa da Regionalização do Turismo no Paraná



No ano de 2008, ocorre a oficina de análise e mapeamento do território turístico do Paraná. Tal fato ocorreu devido à necessidade de ordenar novamente o território já que alguns municípios solicitavam a mudança de região. A partir dessa oficina, o território paranaense passou a ter 10 regiões turísticas com suas Instâncias de Governança, que compõem o mapa atual de regionalização do turismo, conforme a figura 7.

Os Campos Gerais do Paraná é uma das 10 instâncias de governança existentes no Estado e ocupa posição de destaque frente às demais instâncias. Tal informação e dados são apresentados mais a frente nessa pesquisa. A posição de destaque justifica-se pelo trabalho realizado pela Instância, até o momento.

2.1.3 Os Campos Gerais do Paraná

A região dos Campos Gerais, foco de investigação da presente tese, está localizada na Região Geográfica Centro Oriental Paranaense possuindo uma superfície de 21. 812,024 km² e uma população estimada de 733.941 habitantes⁹. Apresenta uma densidade demográfica de 33,65 hab/km². Os municípios que fazem parte são: Arapoti, Carambeí, Castro, Imbaú, Jaguariaíva, Ortigueira, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Reserva, Sengés, Telêmaco Borba, Tibagi e Ventania. (IPARDES, 2015).

De acordo com o Dicionário Histórico e Geográfico dos Campos Gerais (2014) organizado pelo Departamento de História da UEPG, a expressão *Campos Gerais do Paraná* foi consagrada por Maack (1948), que a definiu como uma zona fitogeográfica natural, com campos limpos e matas galerias ou capões isolados de floresta ombrófila mista, onde aparece o pinheiro araucária. (MAACK, 1948, apud DICIONÁRIO..., 2014)

A região está situada sobre o Segundo Planalto Paranaense, no reverso da Escarpa Devoniana, a qual o separa do Primeiro Planalto. A definição proposta por Maack (1948) trata-se de uma definição que integra critérios fitogeográficos e geomorfológicos que, por sua vez, revelam a estrutura geológica e a natureza das rochas responsáveis pelos solos rasos e arenosos e pouco férteis que favorecem a vegetação de campos e o aparecimento do limite natural representado pela Escarpa Devoniana. A Escarpa é um degrau topográfico que em vários locais ultrapassa 300

⁹ Dados do ano de 2007.

m de desnível. (MAACK, 1948, apud DICIONÁRIO..., 2014)

A região é possuidora de paisagens únicas com formações de campos limpos, mata de araucária, escarpamentos, rios e cachoeiras, canyons e furnas. A singularidade dessa paisagem está registrada nos primeiros relatos de viajantes e naturalistas que passaram pela região. (MELO et al. 2007)

Além da definição dos Campos Gerais baseada na geografia física, existem outras definições que levam em consideração interesses e objetivos específicos, como no campo da História. A partir de 1721 teve início a formação histórico-territorial dos Campos Gerais com as sesmarias e a partir delas, foram surgindo fazendas pecuárias e de povoamento. (LOPES, 1999).

Os Campos Gerais foi o local de passagem das tropas que vinham do Rio Grande do Sul sentido Sorocaba-PR para realizar o comércio de muare. A região recebeu características culturais dos tropeiros devido ao tempo de permanência das tropas nos campos férteis que serviam para a invernagem do gado, entre o século XVIII até o final do século XIX. A atividade tropeira ajudou a formar a maioria das cidades da região. (LOPES, 1999).

Além dos tropeiros, a região recebeu também grande número de imigrantes europeus no final do século XIX, como os alemães, os russos-alemães, os poloneses, os ucranianos, os sírios e libaneses e os italianos. Esses povos foram atraídos pelas possibilidades de concessão de terras oferecidas pelo governo brasileiro com objetivo de povoamento. Os imigrantes adaptaram-se bem devido a temperatura ser mais amena que em outras regiões brasileiras. Além do clima, foram atraídos pelos elementos que compõem a paisagem como relevo e recursos hídricos que lembram algumas regiões da Europa. (LAVALLE, 1996).

A diversidade étnica da região deu origem a vários atrativos históricos com edificações e manifestações culturais, como exemplos a Casa da Cultura Emília Erichsen e a Fazenda Capão Alto em Castro, a Espaço Saudade em Ponta Grossa, o Palacete Francisco Matarazzo, em Jaguariaíva, entre outros.

Existe uma razão que possivelmente atrai também outro público, ligado ao agronegócio. Isso pode estar relacionado ao fato de a região ser pioneira na utilização do sistema de produção agrícola conhecido como 'plantio direto'. Esse sistema possui na cobertura da palha a forma de preservação do solo, o que faz a região ser destaque no Brasil. Essa técnica foi importada dos Estados Unidos e da Inglaterra no início dos anos 70. (BORGES, 2003).

A região é destaque em vários segmentos dos agronegócios, em especial na produção de grãos como soja, milho e trigo, além de possuir a maior e melhor bacia leiteira do Brasil, tendo um PIB de R\$ 18 milhões. (CAMPOS GERAIS..., 2016)

Sobre a atividade turística, a região é possuidora de paisagens singulares somada a vegetação nativa e a fauna silvestre, tendo três dos sete parques estaduais, são eles: Parque Estadual de Vila Velha, Parque Estadual do Guartelá e Parque Estadual do Cerrado.

Dentre os três parques existentes nos Campos Gerais, o Parque Estadual de Vila Velha é o mais visitado e foi criado através da Lei Estadual n.º 9.192/53, de 12 de outubro, sendo tombado como Patrimônio Histórico e Artístico do Estado em 1966. O objetivo da criação do Parque foi o de preservação dos 18 km² de formações rochosas. A responsabilidade administrativa é do Instituto Ambiental do Paraná - IAP. O Parque abrange três áreas distintas: Arenitos, Furnas e Lagoa Dourada. O número médio de visitante é de 60 mil. (ATRATIVOS..., 2015).

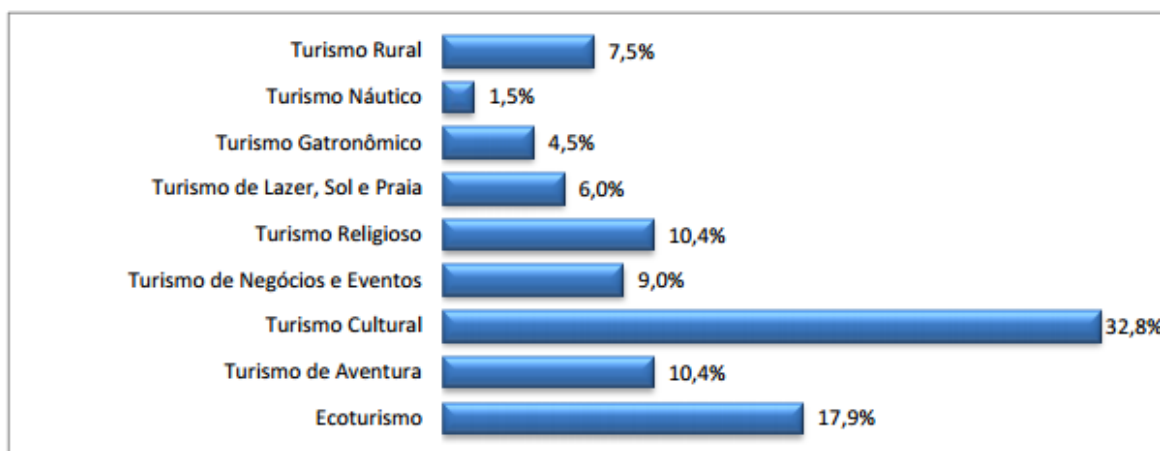
Apesar do número significativo de visitantes nos Parques Estaduais, pesquisas sobre a atividade de turismo rural mostram que esses parques não estão integrados com os empreendimentos de turismo no meio rural da região, ou seja, não são aproveitados como produto para a possibilidade do desenvolvimento do turismo rural regional. (KLOSTER, 2013).

Segundo o gráfico¹, elaborado pela SETU/PR em 2010, o turismo nos Campos Gerais está representado da seguinte forma: o Turismo Cultural conta com 32,8% dos visitantes e o Ecoturismo conta 17,9, sendo esses os principais na região, seguidos do Turismo de Aventura e do Turismo religioso, com representação superior aos 10%. Já o Turismo Rural aparece com 7,5% dos atrativos. (PARANÁ..., 2014).

De acordo com a SETU/PR, a média de permanência dos visitantes nos Campos Gerais é de dois dias, seguindo a média das principais cidades do Paraná.

Tendo como ferramenta o Relatório Estatístico Semestral do Perfil de Visitante do Parque Estadual de Vila Velha, referente ao primeiro semestre de 2016, pode-se realizar um estudo do perfil do público que visita os Campos Gerais. O relatório informa que 29% dos visitantes têm entre 26 e 40 anos, seguido de 23% com 41 a 60 anos. O mês de maior fluxo de visitantes é em janeiro e em feriados prolongados como Carnaval, Páscoa, Tiradentes e Corpus Christi. (RELATÓRIO..., 2016)

Gráfico 1: Atrativos por Segmento na Região Turística Campos Gerais



FONTE PARANÁ: Estudos Estatísticos 20 anos de Turismo. Curitiba: Paraná Turismo/SEBRAE, 2014.

Do total de visitantes, 98% do total são brasileiros e apenas 2% são estrangeiros. Com relação a origem, 24% dos visitantes estrangeiros são alemães. Do número total de visitantes brasileiros, 72% são paranaenses. São Paulo registra o maior número de visitantes, sendo responsável por 41% do total de visitantes de outros estados. (RELATÓRIO..., 2016)

Desde a implantação do programa de regionalização do turismo no Paraná, houve, por parte da SETU/PR, mobilização nos municípios para formar organizações regionais representativas com a participação do poder público, da iniciativa privada e da sociedade civil da região a fim de estabelecer planos para o desenvolvimento por meio de um sistema de informações de oferta e demanda (VERA et. al., 1997) regional, definição e implantação de ações de promoção e apoio a comercialização, juntamente com o monitoramento e avaliação das ações.

Dessa forma, surgiram as Instâncias de Governança Regional – IGR, os Planos Regionais, nomes e marcas promocionais, hierarquização e troca de informações entre atores regionais. (PARANÁ..., 2014)

No ano de 2012, a SETU/PR promoveu em cada uma das regiões turísticas a avaliação das ações para o desenvolvimento do turismo regional. A região dos Campos Gerais alcançou a primeira colocação, como mostra a tabela 2.

O objetivo foi identificar seus respectivos destinos indutores a partir do nível de desenvolvimento do turismo dos municípios, analisando aspectos de: gestão,

sustentabilidade, oferta e demanda turística, infraestrutura de apoio e marketing, foram hierarquizados 244 municípios, resultando também num ranking das regiões.

Tabela 2: Hierarquização das Regiões Turísticas e Nível de Desenvolvimento dos Municípios 2012

REGIÃO TURÍSTICA	Áreas Pesquisadas					Nota Final	Ranking
	Gestão	Sustentabilidade	Oferta e Demanda Turística	Infra-estrutura	Marketing		
Campos Gerais	6,8	7,0	7,1	7,3	6,8	7,0	1º
Litoral do Paraná	6,5	6,8	6,8	7,1	6,8	6,8	2º
Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu	6,8	6,8	6,4	7,2	6,3	6,7	3º
Rotas do Pinhão	5,6	7,3	6,6	7,4	5,9	6,6	4º
Terra dos Pinheirais	6,4	7,3	5,7	6,6	6,3	6,5	5º
Norte do Paraná	5,7	6,8	5,5	6,9	5,2	6,0	6º
Corredores das Águas	5,8	7,0	5,4	6,9	5,0	6,0	7º
Estradas e Caminhos	5,1	5,8	5,5	7,0	5,4	5,8	8º
Vales do Iguaçu	5,4	6,1	6,0	6,9	4,6	5,8	9º
Riquezas do Oeste	5,6	6,1	5,6	6,7	4,4	5,7	10º
PARANÁ	6,0	6,7	6,1	7,0	5,7	6,3	

FONTE: Paraná: Estudos Estatísticos 20 anos de Turismo (2014).

Por meio da descrição do panorama do turismo no Brasil e as suas políticas públicas, percebe-se que essas políticas de certa forma, estimularam a criação dos territórios de regionalização turística, como a dos Campos Gerais.

Apresenta-se, a partir de agora, a formação dos territórios turísticos na Espanha e suas políticas públicas para o desenvolvimento do turismo nas Comunidades Autônomas.

2.1.4 Política Turística na Espanha

De acordo com a *World Tourism Organization - UNWTO*¹⁰, a Espanha é o terceiro no *ranking* dos países que mais recebem turistas atualmente. Recebe cerca de 65 milhões de visitantes, ficando atrás apenas da França com 83,7 milhões e dos Estados Unidos com 74,8 milhões. (OMT, 2016)

A atividade turística é vista como eixo estratégico para a recuperação da economia em tempos de crise. Ocupa cerca de 10,2% do PIB, 11% do número de empregos, possibilitando o envolvimento de outros setores produtivo(ESPAÑA,

¹⁰ Organização Mundial do Turismo - OMT

2016)

As primeiras políticas para o desenvolvimento do turismo espanhol iniciaram nos anos de 1950 quando surgiram os primeiros fluxos de turistas em seu território. Sucessivos governos aprovaram um amplo conjunto de normas, projetos, planos e programas destinando recursos humanos e organizacionais por parte da administração pública especificamente para o turismo. (VELASCO, 2014)

Realizaram campanhas de promoção, fóruns e encontros para a interação de informações, entre outras ações. Foram anos iniciais de intenso aprendizado devido ao crescimento rápido da atividade, porém, o ritmo acelerado impediu profunda reflexão. (VELASCO, 2014)

A partir dos anos de 1970, a Espanha passou a ser um dos destinos mais importantes do planeta, se consolidando num modelo que, segundo Velasco (2014), consegue satisfazer o consumidor, oferecendo produtos turísticos no mercado, auxiliado no desenvolvimento econômico e social do país, ao mesmo tempo em que gera problemas graves que se submergem até os dias atuais. (VELASCO, 2014)

A nova organização territorial estabelecida pela Constituição espanhola de 1978¹¹ dá autonomia política, transferindo entre outras responsabilidades o turismo para as comunidades autônomas. Essa ação, na opinião de Ivars (2003) auxiliou na formação do quadro político-administrativo ideal para acabar com o adiamento do planejamento do turismo regional, característica intrínseca ao período com maiores taxas de turismo na Espanha (1959-1974), marcados pela política de planejamento centralizado e voltado às macroeconômicas que serviram os interesses do estado. (IVARS, 2003).

Mas, é somente a partir da década de 1990 que a política turística espanhola entra numa etapa de maior maturidade, que de acordo com Velasco (2014), não se pode afirmar que se tenha alcançado até os dias atuais o grau de maturidade e importância desejável.

A política turística é considerada como o conjunto de atuações, que os governos seguem por si só ou em colaboração com outros agentes, com a finalidade de alcançar vários objetivos relacionados com diferentes elementos e relações entre os turistas e a população local de determinado território. (VELASCO, 2011).

¹¹ A Constituição Espanhola de 1978 estabelece a monarquia parlamentar derrubando o regime franquista e estabelecendo uma organização territorial baseada na autonomia de municípios, províncias e comunidades autônomas. (CONSTITUCIÓN...., 2016)

Para Velasco (2011), essas políticas são realizadas por meios de: instrumentos programáticos (planos e programas); organizativos (instituições cujo objetivo é trabalhar para o turismo)¹²; normativos (regimentos, normas, regulamentos); instrumentos de fomento (financeiros ou honoríficos); de informação, análise e formação. Sobre os instrumentos programáticos:

Los instrumentos programáticos contienen los referentes básicos de los distintos gobiernos y articulan programas y líneas de acción que nos permiten ver quiénes son los destinatarios de las políticas turísticas y que elementos han recibido atención continuada no período. (VELASCO, 2014, p. 294)

Segundo Ivars (2003), a política turística espanhola realizada na década de 1980 sofreu estagnação por parte do Estado e não desempenhou mais que uma função residual nos primeiros governos autônomos, incluindo as comunidades de maior especialização turística. Somente a Catalunha, Baleares e Andaluzia ofereceram experiências de planejamento que sinalizaram a consolidação do planejamento regional do turismo. (IVARS, 2003)

A partir dos anos de 1990, cinco grandes planos foram elaborados: *Future I*, *Future II*, *PICTE*, *Horizonte 2020* e *PENIT*. O Plano *Future I* (1992-1995) transformou o olhar sobre o setor turístico considerando o turismo como um setor industrial, criando um plano de competitividade seguindo a mesma lógica do Ministério da Indústria, iniciando uma nova política turística para a Espanha e estabelecendo cinco objetivos que estão presentes nos planos até os dias atuais: melhorar a coordenação entre os atores públicos dedicados ao turismo, apoiar a modernização das empresas turísticas, impulsionar a criação e comercialização de novos produtos, investir na promoção, melhorar o ambiente turístico. Esse plano abre a proposta de várias linhas de ação apoiadas por financiamentos. (VELASCO, 2014).

O Plano *Future II* (1996-1999) incorporou quatro princípios que atualmente se mantêm vigentes: a busca do desenvolvimento sustentável da atividade; potencialização da corresponsabilidade por parte de todos os agentes envolvidos no turismo; obtenção de maior concentração de ações por produtos e destinos; integração das iniciativas empresariais nos projetos comuns com as distintas administrações. (VELASCO, 2014).

¹² Como exemplos a Turespaña (Espanha) e Embratur (Brasil).

O *Plan Integral de Calidad del Turismo Español – PICTE* (2000), se diferencia dos planos anteriores pelo esforço em recuperar do imagem do turismo espanhol. É um momento de convergência entre os programas e iniciativas da União Europeia colocando a qualidade como elemento fundamental na gestão dos destinos e na aplicação dos critérios de sustentabilidade ambiental. (HISTÓRICO..., 2016).

O *Plan Nacional y Integral de Turismo - PNIT* (2012-2015) teve como meta incrementar a atividade turística e sua rentabilidade, gerar emprego de qualidade, impulsionar o mercado, melhorar o posicionamento internacional buscando notoriedade e expressão da marca Espanha, estimular as responsabilidades dos agentes público e privado e tirar o turismo da inércia. (ESPAÑA, 2012)

Um dos objetivos do PNIT 2012-2015 foi o de promover o turismo rural como produto no exterior. O resultado desse compromisso está na aprovação do *Plan de Promoción Exterior del Turismo Rural*, em 2013. Posteriormente, no ano de 2014, o plano foi ampliado recebendo o nome de *Plan Integral de Turismo Rural*, abrangendo novas ações de promoção e de oferta. (ESPAÑA, 2014)

O Plano *Horizonte, 2020*, invoca toda a evolução anterior e o articula em cinco metas propondo uma visão de futuro do turismo no País para o ano de 2020, envolvendo liderança compartilhada; uma nova economia turística; entorno competitivo; valorização do cliente e sustentabilidade do modelo de desenvolvimento turístico. Foi considerado por especialistas como ambicioso e ambíguo em algumas das metas. Posteriormente esse plano foi suspenso e substituído por um mais modesto, reflexo da situação de crise vivida pela Espanha desde 2008. (VELASCO, 2014).

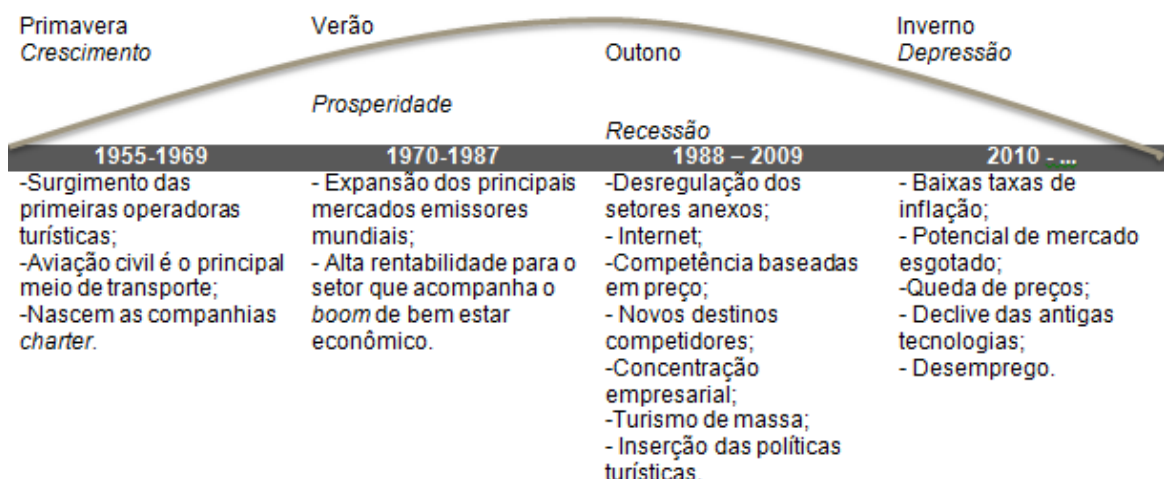
Resumidamente, o setor turístico espanhol passou por diferentes etapas que marcaram sua trajetória, como mostra a tabela 3.

Atualmente, alguns fatores tem alterado o setor de turismo espanhol. Esses fatores estão relacionados com a mudança demográfica nas sociedades europeias caracterizadas pela numerosa geração de *baby boomers*¹³, pela diminuição do fluxo turístico na Europa Ocidental decorrente da queda da renda de 80 % dos turistas

¹³ A Geração Baby Boomer surgiu logo após o fim da Segunda Guerra Mundial. Hoje, essas pessoas estão com mais de 45 anos e se caracterizam por gostarem de um emprego fixo e estável. No trabalho seus valores estão fortemente embasados no tempo de serviço, e preferem ser reconhecidas pela sua experiência à sua capacidade de inovação. O termo em inglês “Baby Boomer” pode ser traduzido livremente para o português como *explosão de bebês*, fenômeno social ocorrido nos Estados Unidos no final da Segunda Guerra, ocasião em que os soldados voltaram para suas casas e conceberam filhos em uma mesma época. (CARVALHO & BRITO, 2013, p. 1)

que visitam a Espanha e pelo grande número de ofertas de serviços de turismo que surgiram no mercado. (ESPAÑA, 2007).

Tabela 3 Trajetória do turismo espanhol



Fonte: ESPAÑA. Plan Nacional y Integral de Turismo 2012-2015. Madrid: Gobierno de España, 2012. Nota: Adaptado pela autora.

Esse último fator é responsável pelo desaparecimento das empresas menos eficientes e rentáveis que não conseguem concorrer com os demais empreendimentos. Esses fatores ocasionam uma ruptura na cadeia de valor do setor, tornando o turista centro do negócio turístico e a aplicação de novas técnicas de marketing, segundo o governo espanhol, é que farão a diferença do futuro do turismo espanhol. (ESPAÑA, 2007).

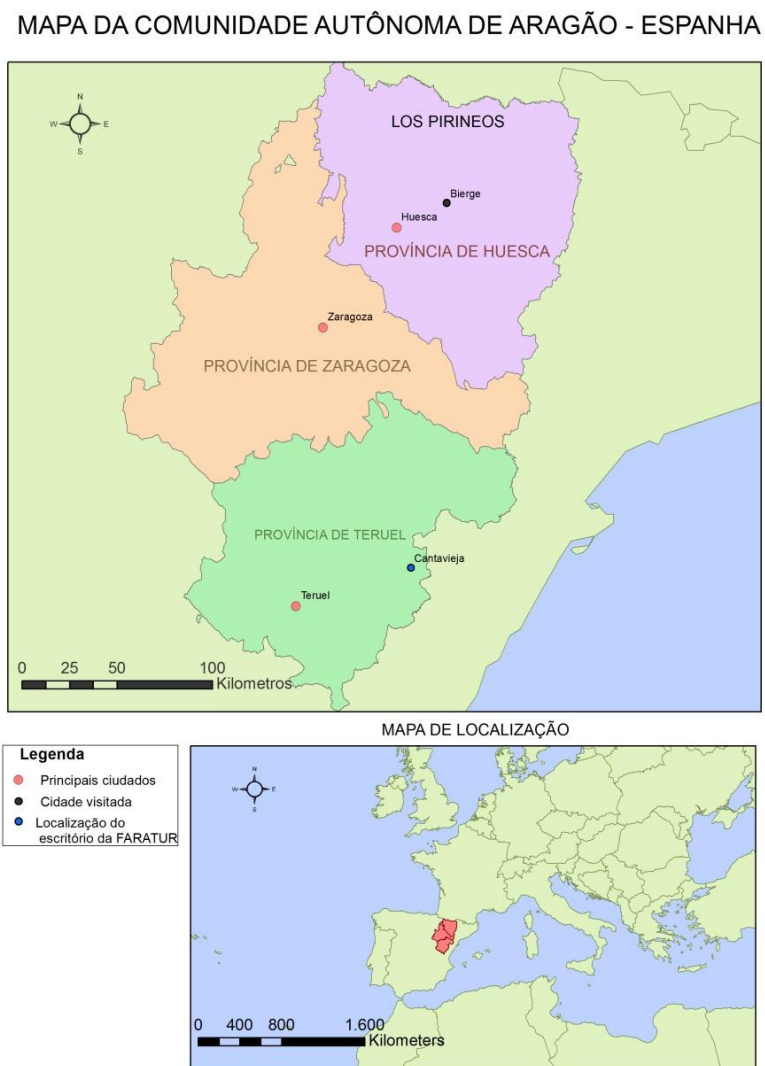
A próxima sessão tratará especificamente sobre o território turístico na Comunidade Autónoma de Aragão e as ações do governo para impulsionar essa atividade.

2.1.5 Comunidade Autónoma de Aragão

Aragão é uma das dezessete comunidades autônomas da Espanha. Está situada na parte nordeste da Península Ibérica, a distância de aproximadamente 300 km de Madrid na direção sudoeste e a 300 km de Barcelona na direção leste. Com 47.724 km², foi um dos reinos mais antigos da Europa, onde conviveram cristãos, judeus e muçulmanos que auxiliaram na formação da população que hoje conta com

mais de 1.200.000 habitantes. (ARAGÓN, 2016) É dividido em três províncias: Huesca, Zaragoza (capital) e Teruel, conforme apresentado na figura 8.

Figura 8: Localização de Aragão.



Fonte: Mapa elaborado por Ricardo Badia Lazaro¹⁴.

A região de Aragão faz parte dos Pirineus. Os Pirineus são uma grande cordilheira montanhosa do norte da Espanha que separa o País do restante da Europa e ocupa os territórios da Catalunha, Aragão e Navarra. Sua extensão total é de 450 km que abrangem desde o mar Cantábrico até o Mediterrâneo. A região dos

¹⁴ LAZARO, Ricardo Badia [Mensagem profissional] Mensagem recebida por: <Skype: silkloster@hotmail.com> em 29 dez.2016

Pirineus aragonesa conta com os picos mais altos da cordilheira, num total de 188 picos que superam 3.000 metros. Conserva as tradições e a arquitetura popular dos povoados e espaços protegidos da fauna e flora. (PIRINEO ARAGONÉS, 2016).

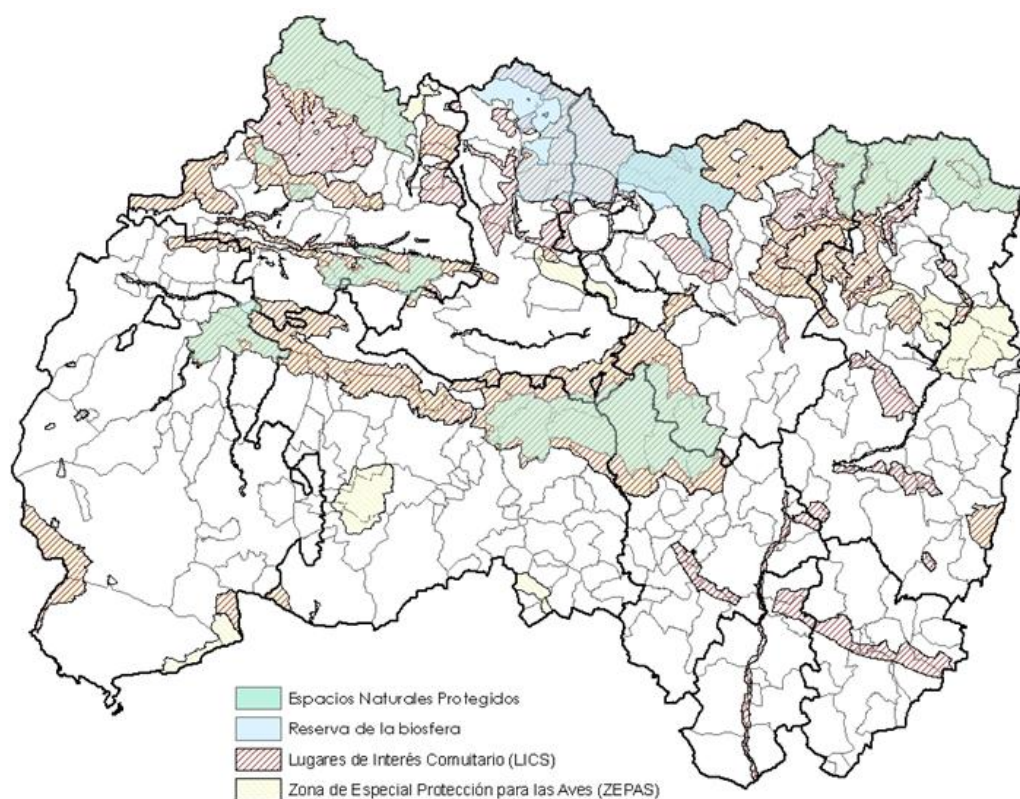
Conta com um Parque Nacional e três Parques Naturais: o *Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido*, o *Parque Natural de los Valles Occidentales*, o *Parque Natural Posets-Maladeta* e o *Parque Nacional de la Sierra y Cañones de Guara*. Os demais espaços naturais protegidos são os *Monumentos Naturales de los Glaciares Pirenaicos*, o Espaço Natural de Interesse Nacional de *San Juan de la Peña* e a Reserva da Biosfera *Ordesa-Viñamala*. (PIRINEO..., 2015). Veja a figura 9:

Figura 9: Parques em Pirineus Aragonês



FONTE: PIRINEO Aragonés. Gobierno de Aragón. Zaragoza, 2015. 28 p.

Figura 10: Áreas naturais protegidas em Aragão



FONTE: PIRINEO Aragonés. Gobierno de Aragón. Zaragoza, 2015. 28 p.

A região possui áreas protegidas (figura 10) que servem como incremento ao turismo e ocupa significativo lugar como destino turístico de interior, com oferta diversificada que se apóia em atividades ligadas ao ecoturismo nas áreas de montanha, nos esportes de aventura, na prática de esqui, em instalações balneárias em rios, além de possuir importante patrimônio cultural e centros religiosos de tradição mariana na área urbana de Zaragoza e em espaços rurais. (ARAGÓN...., 2015)

Segundo o Governo autônomo, a oferta turística tem sido objeto de importante esforço de modernização e inovação, ao longo dos últimos vinte anos, com a incorporação de novos produtos turísticos. “A região atrai uma notável demanda turística ao ponto de converter o turismo no setor de relevante importância ocupando 7% das taxas de emprego e 7,7% da renda regional”. (TURISMO..., 2016)

Segundo Eltoro (2016)¹⁵: “O turismo para Aragão é um motor econômico

¹⁵ ELTORO, Joaquín Palacín. Diretor Geral de Ordenação do Território do Governo de Aragão.

essencial. Supõe-se que em todo Aragão o turismo é de 10% do PIB e nas zonas dos Pirineus e auto Aragão é cerca de 20% do PIB”.

As estratégias de competitividade e crescimento do turismo aragonês estão diretamente ligadas às linhas da política econômica do governo que estabeleceu para os próximos anos seis setores estratégicos, entre eles se encontra o turismo. Os setores estratégicos da economia aragonesa são a indústria de automóvel, a logística e os transportes, as energias renováveis, os serviços às empresas, a agroindústria e o turismo. (ECONOMIA EN ARAGÓN, 2016)

As ações para impulsionar o setor de turístico permanecem centradas na promoção da oferta turística. O objetivo é promover a Comunidade Autônoma como destino turístico atrativo para diferentes segmentos de mercado. Suas principais linhas de ação são: o lançamento de uma marca única que englobe a promoção turística aragonesa; a reorientação e estímulo à estratégia de promoção turística *on-line*; a articulação com as demais administrações públicas para o esforço em conjunto da promoção turística mediante convênios que permitem ações conjuntas; a otimização e sincronização de informações entre os canais *on-line* e *off-line*. (TURISMO..., 2016)

Segundo o Governo Aragonês, é através do Departamento de Economia e Emprego que são estimuladas ações para a promoção e fomento do turismo, especialmente o turismo rural devido a sua contribuição na criação de infraestrutura turística em determinados núcleos rurais, oferecendo possibilidades de emprego, permanência da população nesses núcleos, favorecendo o equilíbrio territorial. (TURISMO... 2016).

Conforme o presente capítulo, a transformação de determinados territórios para uso turístico (CRUZ, 2007) passou por vários debates nos últimos 70 anos, o que inclui a centralização do poder sobre os programas de desenvolvimento e posteriormente a descentralização e regionalização dos programas de turismo.

A turistificação do território (KNAFOU, 1999), antes justificado pela necessidade de desenvolvimento econômico voltado a ações para atração de capital estrangeiro e sem a participação da população local, a partir dos anos de 1990 passam por mudanças nos paradigmas dessa concepção de desenvolvimento.

Essas mudanças estimulam o planejamento participativo por meio de uma perspectiva integradora (HAESBAERT, 20014) ligando o social, político, econômico e cultural em programas capazes de unir os territórios regionalmente por meio de projeto e políticas públicas ligadas ao turismo.

Passa-se a valorizar os elementos endógenos dos territórios para o desenvolvimento local e a adotar políticas *de baixo para cima* dando enfoque participativo e abrindo espaço para atividades diversificadas.

Levando-se em consideração a percepção integradora do território, é possível visualizar e analisar as políticas públicas voltadas ao setor turístico quando levam em consideração não só o desenvolvimento econômico, mas as demais dimensões sociais.

Por meio da perspectiva integradora dos territórios (HAESBAERT, 2004), do incentivo a atividades diversificadas e ao estímulo a programas de gestão descentralizados ligados a governança, surge a possibilidade de inovação de projetos de natureza estratégica como o turismo rural. Leva em consideração a cooperação entre distintos atores econômicos, órgãos públicos e privados, integrados em redes e coordenados no sistema de governança como veremos no próximo capítulo.

No próximo capítulo, descreve-se o turismo rural, seus conceitos e formas. O turismo é visto como um agente de mudança (SANTANA, 2009) e a abordagem que se têm desse segmento é que ele é visto como ‘alternativo’, como fenômeno capaz de desenvolver os territórios de forma integrada, vindo a contrapor a massificação do turismo de ‘sol e praia’ e como possível solução para a desertificação de certos espaços rurais empobrecidos, como no caso da Espanha.

3. TURISMO RURAL: SURGIMENTO, FORMAS E CONCEITOS

O turismo rural nasce como decorrência de uma série de fatores e mudanças na sociedade devido à industrialização e a pós-industrialização, seguindo novas tendências de ócio. Faz parte do que se denomina turismo pós-fordista, associado com a expressão *turismo alternativo*, oferecendo produtos não convencionais diretamente relacionados com o paradigma da sustentabilidade. (PULIDO & CÁRDENAS, 2011).

A análise da dimensão integradora (HAESBAERT, 2004) do território turístico no meio rural tem ganhado uma crescente atenção dos pesquisadores nos últimos anos. Alguns espaços do território são mais desenvolvidos economicamente que outros devido aos recursos que são aplicados sobre eles. Tais recursos estão ligados à esfera tecnocientífica (ciência, tecnologia e informação) que definem as novas desigualdades regionais. Essas desigualdades tornam-se relevantes para a consignação de novos fluxos e investimentos em projetos locais. (RODRIGUES, 2001)

Percebe-se que algumas ações têm promovido e operacionalizado a atividade turística rural com objetivo de alcançar a revitalização social e econômica aliada à preservação do meio ambiente, sob o prisma da teoria do desenvolvimento local. Essas ações converteram a administração pública em um dos atores *chave* de manutenção e consolidação do turismo nos espaços rurais.

A natureza social, econômica e espacial do turismo se mostra intrínseco quando se leva em consideração que o turismo é uma prática social coletiva, que integra mecanismos singulares de relação que afetam a identidade e o espaço. Configura-se como fator de desenvolvimento das áreas rurais e, conseqüentemente, se estabelece como um componente básico do desenvolvimento local a partir do respeito pelo patrimônio cultural e natural e da participação direta da população rural. (PULIDO & CÁRDENAS, 2011).

O turismo rural tem tradição em numerosos países como França, Inglaterra, Áustria e Alemanha, sendo esta última, a primeira potencia europeia em turismo rural, tanto na oferta como na demanda. Surgiu como proposta para desenvolver regiões rurais até então pouco promovidas, buscando rentabilidade através da gestão da capacidade e potencialização dos recursos existentes dentro de uma concepção sustentável em longo prazo, criando novas atividades, buscando a

melhoria da qualidade de vida por meio da geração de renda mediante a integração das comunidades locais. (CROSBY & PRATO , 2009)

É uma atividade relativamente nova tanto na esfera rural como no próprio setor turístico. Existem várias versões de atividades de turismo no espaço rural tendo como tendência, na sua maioria, o complemento ou substituição das atividades tradicionais agropecuárias por atividades fundadas na criação de serviços de hospedagem, recreação e de descanso. (CROSBY & PRATO, 2009)

As populações locais são envolvidas em relações sociais complexas que alteram o território, transformando-o no seu todo ou em partes. Essas partes irão produzir a transformação do todo. O resultado é que nada será como antes, levando-se em consideração que a dinâmica territorial é sempre criação e recriação de territorialidades. (RODRIGUES, 2006)

Sobre esse fato, Crosby & Prato (2009), afirmam que, em regiões rurais espanholas turisticamente desenvolvidas, o setor de serviços propiciou um potencial inesperado, desencadeando um processo de transformação ou evolução do meio rural, apresentando novas bases de crescimento e desenvolvimento socioeconômico maior que do setor tradicionalmente primário.

Porém, deve-se levar em consideração que as bases dessa nova construção ou reinvenção econômica estão fundamentadas precisamente em seus recursos naturais e culturais, nas atividades primárias, na paisagem rural e nas expressões culturais. Utiliza recursos e instalações já existentes no meio rural. Segundo Crosby & Prato (2009):

Adicionalmente, el turismo en las áreas rurales implica la determinación de un escenario clave de actuación, bien sea el medio rural intervenido productivamente por el hombre, o un medio rural más o menos protegido. En ambos casos, la gestión implica el uso y aprovechamiento de recursos que ya existen o restauración de infraestructura existente, y ser flexible en el uso de las instalaciones y servicios adoptados en el entorno. De la misma manera, debemos establecer un posicionamiento en el mercado acorde con las actividades, tipo de infraestructura y enfoque utilizado, tales como uso de contenidos interpretativos para la conservación natural y cultural, control de calidad de materiales utilizados en las actividades productivas, restauración de caminos e instalaciones agropecuarias preexistentes, etc. (CROSBY & PRATO , 2009, p. 27)

Roque (2013) afirma que as formas de fazer turismo no espaço rural podem ser consideradas com base nos valores essenciais e as diferentes motivações, oportunidades, necessidades e disponibilidade de produtos a serem ofertados.

Crosby & Prato (2009) argumentam que parece simples demais definir o turismo rural como o turismo que ocorre no campo. Para os autores, esta definição não inclui a complexidade da atividade e as diferentes formas e significados que foram desenvolvidos em diversos países. Define-se para essa tese então que, o turismo rural ocorre em locais e/ou regiões turísticas que atraem visitantes, oferecendo produtos e serviços específicos com características rurais, aliado a qualidade na prestação de serviços.

Segundo Pulido & Cárdenas (2011), o termo turismo rural aparece instalado em distintas esferas ou contextos que lhe conferem significados específicos e nem sempre coincidentes. Assim, nas relações cotidianas se tem um significado, no comércio turístico adquire um sentido específico, na legislação pública se define em termos relativos e instrumentais, no campo acadêmico se debate sobre seus significados e, nos meios de comunicação abordam as diferentes percepções acerca dos significados explícitos ou implícitos relacionando mercado, política econômica e territorial. A diversidade de significados associado à abrangência de usos (e abusos), conduz o pesquisador a perguntar: quem cria o conceito e para quê? Quem constrói o discurso?

Uma forma mais eficiente de definir o turismo rural, segundo Crosby & Prato (2009), é que o segmento inclui uma gama de atividades, produtos e serviços turísticos proporcionados por agricultores e camponeses, ou seja, pessoas que vivem em áreas rurais e que atraem turistas e visitantes para as suas áreas, gerando recursos complementares a renda, contrapondo-se ao turismo tradicional massificado de *sol e praia* e o turismo urbano.

A forma como o turismo rural se apresenta na realidade, pode ser representado, segundo Roque (2013) por dois anéis concêntricos, o Turismo no Espaço Rural - TER e o Turismo Rural - TR, demonstrando suas conexões sobrepostas e suas diferenciações nas outras áreas, conforme a figura 11. Essas outras áreas estão representadas pela oferta de serviços muito maior do que o antigo triângulo: hospedagem, alimentação e transporte.

O turismo rural Envolve equipamentos, agenciamento, hospedagem, transporte, alimentação, visitação a adegas, locais de fabricação e venda de artesanato, espaços recreativos, prática de esportes ao ar livre, venda de produtos agropecuários, passeios a cavalo, festividades, entre outros. (CROSBY & PRATO, 2009), (ROQUE, 2013)

Figura 11: Representação do Universo do Turismo Rural



Fonte: ROQUE. A. **Estudo preliminar da Cadeia produtiva: turismo rural Brasil**. Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura – IICA. Brasília: 2013.

Na visão de Pulido & Cárdenas (2011), o principal elemento de classificação do turismo é o território, o qual se identifica e distingue suas 'modalidades de turismo' em função dos atributos do seu espaço e dos seus entornos geográficos. Já para Crosby & Prato (2009), o que define a tipologia é a motivação principal dos viajantes, seja no meio rural ou natural, gerando expectativas. Ver o quadro 03.

Quadro 3: Motivação e tipologia

MOTIVAÇÃO PRINCIPAL	TIPOLOGIA
Natureza	Turismo de Natureza
Busca de valores culturais	Turismo Cultural
Atividades agropecuárias	Agroturismo
Novas experiências/sensação de risco	Turismo de Aventura
Atividades esportivas	Turismo de Esportes
Turismo responsável com o entorno natural e social	Ecoturismo
Encontro com comunidades locais (indígenas, quilombolas)	Turismo Comunitário
outros	Outros

Fonte: CROSBY. A.; PRATO. N.; Fundamentos y Retos del Turismo Rural In CROSBY. A. (ed.). **Reinventando el turismo rural: Gestión y desarrollo**. Barcelona: Laertes, 2009.

Nota: Adaptado pela autora.

A motivação principal não é única, ela se segmenta em outras com motivações distintas e secundárias, que podem trocar a ordem hierárquica e assim, alterar a escolha.

Para Candiottto (2013), não são somente a oferta nem a demanda as maiores impulsionadoras do turismo rural. A produção e o consumo do espaço geográfico para uso turístico tem ligação direta com as relações de poder dos agentes envolvidos na elaboração de projetos de turismo rural, pois são responsáveis pela criação de normas e ações para o desenvolvimento da atividade,

seja entre as esferas globais, nacionais, estaduais e regionais responsáveis pelo incentivo, mas também pelos impactos do turismo rural.

Dessa forma, acredita-se que a visão dos autores Pulido & Cárdenas (2011), Crosby e Prado (2009) e Candiotto (2013) se complementam uma vez que, determinados territórios possuem atributos que atraem os visitantes, sejam atributos culturais e/ou naturais. Porém, só é possível o desenvolvimento do turismo de forma integral se existir o interesse por parte dos agentes do setor turístico que, juntos estabelecem programas e ações para o desenvolvimento da atividade.

As definições de turismo rural são múltiplas e seu conceito é mais amplo do que muitos autores o definem. A Comunidade Europeia elaborou nos anos de 1990 um conceito que foi adotado para todos os países membros, definindo o turismo rural de acordo com três eixos (VERA et. al.1997):

- O turismo rural é um amplo conceito que compreende não só férias nas fazendas e sim qualquer outra atividade turística no campo;
- Está relacionada a toda atividade turística de *interior*;
- É um conceito que compreende toda atividade turística endógena tendo como suporte o meio ambiente humano e natural.

Por essa definição, entende-se que turismo rural é qualquer atividade turística que pode ser realizada no meio rural.

Aprofundando o conceito, ainda, segundo Vera et. al (1997) na obra *Análisis Territorial del Turismo*, as características da atividade de turismo no espaço rural podem ser definidas como:

- Estar situado em zona rural;
- Ser fundamentalmente rural, estar diretamente relacionado com as características particulares do mundo rural (pequena empresa, grandes espaços, contato com a natureza, com o patrimônio, com as sociedades e as práticas tradicionais locais);
- Desenvolver em escala rural (geralmente em pequena escala);
- Ser de natureza tradicional, de crescimento lento, ligado às famílias locais;
- Viável no sentido de que seu desenvolvimento deve ajudar a manter a ruralidade particular da região e fazer uso dos recursos locais, sendo viável em longo prazo;

- Compreender uma diversidade de tipologias, reflexo da diversidade do entorno, da economia e da história do espaço rural.

Compreende-se então que o turismo rural deve estar inteiramente interligado a paisagem através dos símbolos que, no meio rural, são as lidas rurais, os saberes e fazeres, a agricultura, a pecuária, a culinária servindo como atrativo aos visitantes possibilitando o aumento da renda familiar, promovendo o patrimônio cultural e natural do meio rural nas comunidades rurais.

O turismo rural não será sustentável se não garantir a participação da comunidade rural local. Sobre isso, Amador (2014) afirma:

De esa manera, se comprende al territorio como una entidad multidimensional, que reproduce también diversas trayectorias y direcciones de actores y actrices o grupos distintos, con movimientos que favorecen articulaciones, convergencias o divergencias. Es así, que el turismo rural adquiere importancia en aquellas comunidades que cuenta con la participación de la comunidad local, un territorio comunal y una riqueza patrimonial y cultural. (AMADOR, 2014 p.1646)

A participação deve ocorrer desde o processo de tomada de decisões, passando pela gestão da atividade ambiental, econômica e sociocultural. É ideal que ocorra em conjunto com outros setores e atores interessados, sejam do setor público, privado, ONG's e demais grupos de pressão social que existam. Essas ações servem como prevenção para que fatores externos não dominem os critérios e o estabelecimento de estratégias de desenvolvimento local não sustentável, ou seja, de exploração. (PULIDO & CÁRDENAS, 2011) (CORIOLANO, 2006)

Segundo Pulido & Cárdenas (2011), a ação pública utiliza o termo 'turismo rural' como justificativa para denominar ou identificar determinadas ações públicas de natureza socioeconômica ou territorial, além de identificar ou promover turisticamente determinados produtos e lugares e para medir determinadas ofertas e fluxos, por exemplo.

A estrutura de operacionalização clássica que prevaleceu por mais de trinta anos desde o surgimento do turismo massificado¹⁶, posicionaram os setores da hotelaria, gastronomia, transportes e as agências e operadoras num triângulo clássico que foi se alterando a partir da década de 1990.

As causas da mudança estão no aparecimento de novas tecnologias, na chegada de novos atores atraídos pelo crescimento do setor, na luta dos grupos por

¹⁶ A partir da década de 1960 na Europa.

adquirir presença global e a afirmação do papel mais ativo por parte dos consumidores, cada vez mais exigentes e atualizados. (VALLS, 2006)

Os consumidores adquiriram múltiplas motivações que vão além da estrutura tradicional dos pacotes turísticos de 'sol e praia', antes negociados com os agentes de viagens, mediante um sistema monopolístico e hierarquizado em que o operador exerce o poder. O destino deixa de ser controlado pelas operadoras turísticas e converter-se em um espaço aberto em que se reinventam as relações (VALLS, 2006), ocasionando processos de aculturação (SANTANA, 2009) entre turistas e residentes locais.

Com o tempo, o mercado se expande para além do turismo de 'sol e praia'. As viagens agora envolvem cultura, natureza, patrimônio, esporte, saúde, etc. Os viajantes estão mais especializados e mais ativos, inquietos, ansiosos por adquirir novos conhecimentos culturais sobre o lugar escolhido para passar o tempo livre, exigindo mais para se satisfazer. A viagem está ligada a viver experiências e novas sensações. (VALLS, 2006), (SANTANA, 2009), (CORIOLANO, 2006), (PULIDO & CÁRDENAS, 2011)

Além disso, o que completam as motivações são os fins de semana, principalmente os prolongados devido a festividades regionais. Assim, os visitantes, geralmente em grupos de amigos e familiares, têm buscado áreas no interior, mais precisamente no meio rural como áreas de lazer e *fuga da rotina*.

O turismo rural tem estimulado a valorização do trabalho feminino dentro dos estabelecimentos e das comunidades que desenvolvem a atividade turística. De acordo com Lunardi et. al (2015), estudos têm demonstrado que a mulher é peça-chave no desenvolvimento do turismo e que o resultado de seu trabalho tem se estabelecido em um importante fator de valorização econômico, social e política das mulheres rurais envolvidas nestas atividades. Esse fato ocasiona o aumento do poder da mulher dentro da família e da própria sociedade, assumindo a mulher o papel central no desenvolvimento de empreendimentos de turismo rural.

O turismo rural surge como resultado de um conjunto de circunstâncias que caracterizam a sociedade atual que, por sua vez, conduz a adoção de novas tendências de consumo turístico e recreativo e apesar das diferentes definições de turismo rural, é a sociedade atual quem impulsiona o crescimento nesse setor.

O turismo como ação pública, pode servir como vetor de desenvolvimento econômico e sociocultural em territórios economicamente desfavorecidos ou com

problemas de êxodo como foi realizado na Espanha, por exemplo. A próxima sessão discutirá as formas de desenvolvimento econômico promovido pela ação pública e que promoveram o êxodo em ambos os territórios rurais do Brasil e Espanha.

3.1 OS TERRITÓRIOS RURAIS

Utiliza-se o modelo espanhol para compor a presente tese devido a sua formação territorial rural ter aspectos parecidos com a formação territorial brasileira. Ambos incentivaram a ampliação de áreas de produção agrícola voltada à exportação, impulsionando a concentração de terras e o uso de defensivos agrícolas por meio de políticas públicas.

Na Espanha, houve a expansão em hectares de trigo, cereais, olivas para produção de azeite e uvas para a produção de vinho. Ao final do século XIX, ocorre considerável expansão da fruticultura, em especial a laranja para exportação. Nesse período e em meados do século XX, passa-se a utilizar progressivamente o uso e a importação de produtos químicos. (NAREDO, 1971)

No aspecto social, a maioria das terras se concentrou nas mãos da grande aristocracia, dos camponeses abastados e da burguesia local. Porém, com a ampliação do mercado de terras e com a baixa de preços das mesmas, favoreceram o acesso à propriedade aos pequenos agricultores. Como resultado, houve a polarização da propriedade agrária entre latifúndio-minifúndio. Passou-se a adotar o trabalho assalariado com excesso de trabalhadores familiares e suas pequenas explorações, ocasionando o empobrecimento e os salários baixos. (NAREDO, 1971). Segundo o autor: “La existencia en la sociedad agraria de un gran número de estos agricultores familiares libres constituye un paso intermedio necesario en el desarrollo de la agricultura entre las formas de producción feudales y las formas de producción capitalistas”. (NAREDO, 1971, p. 25)

Com o incremento da produção de mercadorias em ambos os países, a pequena exploração familiar foi se transformando e se subordinando ao mercado, eliminando as bases da sua antiga estabilidade. A produção de mercadorias em grande escala pela industrialização desestimulou a produção artesanal ocupada pela mão de obra familiar. Assim, acentuou-se a dependência do mercado pelas exportações, pois é necessário adquirir produtos para o consumo e para produção, o que acentuou ainda mais a redução da mão de obra familiar. (MORMONT, 1994)

Porém, para o abastecimento interno é necessário que haja alimentos

produzidos pela agricultura familiar e, que a mesma obtenha recursos financeiros que só podem ser conseguidos com a venda da sua produção. A produção que antes se destinava ao autoconsumo dirige-se cada vez mais ao comércio. Subordinados as flutuações de mercado, os agricultores familiares sofrem com a diferenciação social já que se encontravam numa base instável. O autor Mormont (1994), chama de *fim do campesinato*, de sua estabilidade e de uma determinada ideia de campo.

A evolução do setor agrário para o setor econômico conduziu a uma dupla ruptura. A ruptura com a política agrária protetora que isola o mundo agrário do resto da sociedade e a ruptura dos laços tradicionais entre agricultura e espaço rural. Em escala, esta evolução se traduz na marginalização crescente de numerosos espaços e regiões rurais. (MORMONT, 1994).

Logo após a Segunda Guerra, a política agrária moderna na Europa se estabelece e se estabelece nos países periféricos, como o Brasil, visando a modernização das sociedades rurais e das atividades agrárias. Não foi uma troca igual para todos, pois a política agrária moderna foi elaborada para uma elite agrária capaz de empreender num processo de progresso técnico e econômico que despendia de muitos recursos financeiros. (MORMONT, 1994)

Segundo Cabeza & Alvarez (2006):

[...] la etapa que precede a la globalización – 1940/1980 – viene caracterizada por la vigencia, en los países industrializados o centrales de un modelo que centra la dinámica de los proceso de crecimiento y acumulación dentro de las fronteras estatales. En este ámbito se desenvuelve la regulación de unas relaciones salariales estables garantizadas a través de inversiones que sostienen la producción en masa, el pleno empleo y el crecimiento del consumo; los países periféricos pretenderán replicar este modelo de modernidad como forma de acortar distancias. (CABEZA & ÁLVAREZ, 2006, p. 23)

Os agricultores com perfil para empreender aderiram a um esforço extraordinário de modernização, aceitando diminuir seu número em troca da promessa de proteção de mercado e de futura paridade de renda com as demais categorias sociais. A política integrou a agricultura com a economia industrial originando uma crescente submissão às exigências da mesma em termos de produtos e qualidade, gerando a especialização de alimentos para exportação agrícola e aumento de regiões que aderiram as novas técnicas, acarretando o forte crescimento de produtividade e produção. (MORMONT, 1994).

Na Espanha, ocorreu o Plano de Estabilización¹⁷ em 1959, que buscou o rápido desenvolvimento no setor da Indústria e de Serviços, permitindo amplas possibilidades de imigração interior. A agricultura troca de significado no espaço rural, pois com a desterritorialização agrícola em que a produção é realizada em unidades sem relação com seu território, o meio rural torna-se espaço produtor de monocultura para exportação e, conseqüentemente, gerador de renda. Com essa troca, os produtos policultivados são importados de fora da comunidade europeia. (CABEZA & ÁLVAREZ, 2006)

Os territórios rurais brasileiros eram dominados por uma política que dava prioridade e ao mesmo tempo valorizava a produção cafeeira no período pós-guerra, refletindo na extrema pobreza e atraso em grande parte das áreas rurais no País. Dessa forma, ocorreu um intenso debate entre especialistas sobre o lugar do setor rural na economia e na sociedade brasileira. (DELGADO, 2001)

Desde os anos de 1950 e 1960, a reflexão econômica sobre o rural girava em torno de dois eixos: a questão agrária e a industrialização e o papel da agricultura. Mas, o golpe militar de 1964 colocou fim aos debates sobre a questão agrária e qualquer iniciativa de organização dos trabalhadores rurais na defesa de Reforma Agrária, fazendo prevalecer o pensamento conservador ligado exclusivamente à modernização e industrialização no espaço rural brasileiro. (DELGADO, 2001)

A integração técnica da indústria com a agricultura já ocorria nos EUA e Europa Ocidental no início do século XX, influenciando fortemente as políticas públicas no Brasil, principalmente aquelas relacionadas ao grande volume de crédito na agricultura mediante a adoção de enormes subsídios financeiros. (DELGADO, 2001)

A chamada 'Revolução Verde', é adotada como uma política de modernização agrícola implantada sob a liderança do governo federal, incentivando e disseminando o uso de sementes melhoradas (híbridas), insumos industriais como fertilizantes e agrotóxicos e mecanizou as práticas agrícolas (plantio, irrigação e colheita) para a redução do custo do manejo com uma política pública voltada quase que exclusivamente para o agronegócio exportador. (SANTOS, 2006).

¹⁷ Plano que dava facilidades para imigrar aos países europeus que se encontravam em plena expansão econômica.

O resultado foi a diminuição do emprego no setor agrário e consequentemente a escassez de mão de obra em ambos os países. Esse fato piorou a situação das pequenas propriedades rurais que, por serem menos mecanizadas, requeriam maior custo com a mão de obra. Com o setor agrícola mais autônomo, diminuiu o número de agricultores e aumentaram as desigualdades. A política estimulou a entrada de produtos no mercado internacional, incentivando a concorrência. Esta estimulação competitiva adiou por muito tempo o alcance dos objetivos sociais e de igualdade de classe. (CABEZA & ALVAREZ, 2006).

La exportación y los mercados urbanos en expansión fueron el destino mayoritario para los cultivos asociados a esta parte de la agricultura de los países periféricos en los que la modernización, junto con la importación de granos de las agriculturas del Norte, provocaran consecuencias adversas para las estructuras rurales y la seguridad alimentaria, de modo que áreas anteriormente autosuficientes comenzaron experimentar crecientes niveles de malnutrición, subempleo y pobreza.

Los fuertes incrementos de la productividad alcanzados por esta agricultura industrial supusieron en principio mayores ingresos para los agricultores, pronto contrarrestados por una importante caída de los precios de los productos agrarios, así como por un crecimiento de los gastos de fuera del sector, que incremento las diferencias de renda en el medio rural a favor de las grandes explotaciones y supuso la marginalización o la expulsión de una parte importante de las pequeñas explotaciones familiares. (CABEZA & ÁLVAREZ, 2006, p. 25)

Nos anos de 1980, a política agrária vigente na Espanha entra em crise devido ao excesso de produção agrícola, o qual, desenvolveu-se muito rapidamente e o auto abastecimento foi alcançado em pouco tempo¹⁸ ocasionando um congestionamento de mercados e excedentes. Somado a isso, surgem os problemas com a contaminação de recursos hídricos¹⁹ devido ao uso de técnicas modernas (insumos e fertilizantes) no meio ambiente. O espaço rural se engloba cada vez mais em múltiplas redes (água, luz, comercialização, comunicação) e as questões de meio ambiente se mostram com efeitos locais. (MORMONT, 1994),

Entendemos que esses problemas ambientais ocorrem em ambos os países e conduzem a convergência dos espaços rurais em espaços de reserva de recursos. A criação de novas estruturas nacionais e regionais como forma de proteção dos recursos naturais ao redor dos agricultores e das populações locais tem sido necessária incluindo legislações específicas para preservação desses recursos.

Las limitaciones de los indicadores tradicionales de desarrollo han sido

¹⁸ A superprodução se deu a partir do final dos anos de 1960. (MORMONT, 1994)

¹⁹ O consumo aumenta e a qualidade diminui. (MORMONT, 1994)

criticadas desde los años setenta. La enorme relevancia de la Cumbre de *Rio 92* y el llamamiento de la Agenda 21 a crear indicadores de sustentabilidad, han surtido efectos al menos en el plano de la definición teórica. En el Plan de Aplicación de las Decisiones de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sustentable de Johannesburgo (2002), la aplicación de los indicadores confirma su importancia para medir los progresos hacia la sustentabilidad. (FERNANDÉZ et al, 2005, p. 138)

Conclui-se nessa sessão, que existe uma diversidade de espaços rurais e estruturas agrárias entre Espanha e Brasil. Atualmente, os territórios agrários estão divididos entre uma agricultura ligada a um expressivo número de agricultores de idade avançada e pouco produtivos e outra agricultura industrial e urbana, desterritorializada e móbil, com um número reduzido de agricultores, porém muito produtivos e modernos que realizam plantio intensivo.

O turismo rural surge nas políticas públicas como possível elemento de desenvolvimento e valorização de territórios agrários e de complemento à renda na agricultura familiar. Nas próximas sessões serão tratados assuntos especificamente sobre a turistificação dos territórios rurais em ambos os países: Espanha e Brasil.

3.2 TURISTIFICAÇÃO DOS TERRITÓRIOS RURAIS: O MODELO ESPANHOL

Segundo Ordoñez et. al. (2005), o turismo rural espanhol preza pelo desenvolvimento sustentável, na melhoria da qualidade e facilidade de acomodações, na profissionalização do setor, na criação de associações, na regulamentação e adequação de normas, realiza a promoção e comercialização do marketing externo, basicamente na Europa.

Na Espanha, o turismo rural surgiu nos anos oitenta como alternativa econômica, sendo um complemento às atividades do setor primário. Os investimentos públicos no setor permitiram a permanência da população rural dentro dos seus territórios, já que na Europa existem graves problemas de êxodo e de envelhecimento da população rural. O reflexo da consolidação do turismo rural espanhol como fenômeno social e empresarial é o grau de cooperação e de associativismo alcançado no setor atualmente, cuja manifestação mais evidente é a organização em rede (GUTIERREZ, 2016).

No começo dos anos de 1990, ocorreu em Bruxelas, capital da União Europeia - UE, a conferência para discutir o futuro do turismo na Europa unificada. A finalidade foi a união de várias medidas para desenvolver economicamente regiões

empobrecidas. Entre essas medidas estão maior atenção ao meio ambiente, incentivo ao turismo cultural e rural, apoio ao turismo local por meio da assistência aos trabalhadores, aos deficientes físicos, aos representantes da terceira idade e aos jovens e enérgicas campanhas internacionais de marketing em países emissores de grande volume de turistas como os Estados Unidos, Canadá e Japão. (RODRIGUES, 2001)

O resultado dessa conferência foi a conclusão de que o desenvolvimento do turismo rural em países como a Espanha, por exemplo, só seria possível mediante transferências financeiras suficientemente importantes para garantir o desenvolvimento regional nos espaços onde a agricultura não poderia ser prioritária. O investimento passou do setor primário para o de serviços objetivando desenvolver a atividade de turismo rural em territórios rurais degradados (GUTIERREZ, 2016).

As primeiras experiências envolvendo o turismo rural espanhol surgiram nos anos de 1970 com ações para evitar a total desertificação dos espaços rurais em declínio, espaços em que as atividades agropecuárias tradicionais entravam em crise. (LAFRAYA, 1999)

A primeira ação foi o programa *Vacaciones en Casas de Labranza* lançado pelo Ministério de Agricultura com a colaboração do *Ministério de Información y Turismo*. Esse programa possibilitou o auxílio econômico aos proprietários rurais para melhoria das instalações físicas objetivando a oferta turística. A segunda ação foi a elaboração de um guia contendo *casas rurais* já restauradas e aptas a receber os visitantes. (LAFRAYA, 1999)

Nesse período, o turismo de *sol e praia* era o modelo ideal de férias para a classe média e média alta espanhola, porém, existia uma demanda (VERA et. al. 1997) interessada por uma diversificação de produtos e de destinos, sendo o turismo rural um dos segmentos de maior desenvolvimento. (LAFRAYA, 1999).

Conforme as ações foram crescendo, a UE passou a investir em programas de desenvolvimento regional integrados englobando distintos setores que vão desde a revitalização de infraestruturas, formação profissional e apoio na comercialização de produtos turísticos (GUTIERREZ, 2016).

A proposta para os pequenos proprietários, diferente do modelo produtor-empresário agrário moderno e técnico, é baseado na atividade agrária complementar a outras atividades não agrícolas. A estratégia de desenvolvimento conta cada vez mais com a cooperação de agentes locais com projetos, criação de

associações e surgimento de propostas. (LAFRAYA, 1999)

As estratégias de desenvolvimento concedem cada vez menos importância às redes clássicas de organização espacial do mercado rural, a hierarquia de cidades, vilas e povoados. Ao contrário, se dá ênfase às redes que relacionam os agentes locais aos agentes exteriores, os projetos locais e a clientela específicas. A estas políticas de desenvolvimento, resulta uma recomposição das redes de enquadramento social e econômico das regiões rurais. E esta recomposição manifesta duas tendências contrárias: de um lado, a necessidade de reestruturar espaços locais fortes com capacidade de desenvolver projetos e iniciativas, e de outro, a integração desses projetos em espaços socioeconômicos muito diversificados e a distância. (MORMONT, 1994).

Com apoio dessas primeiras iniciativas, a União Europeia incentivou as atividades de turismo rural na Espanha por meio de diversas vias, mas, as mais importantes foram a da política agrária, da política regional e de iniciativas comunitárias. (LAFRAYA, 1999)

Cria-se o regulamento número 797/87 do Conselho da Comunidade Europeia com a finalidade de auxiliar financeiramente os agricultores para melhorias físicas das estruturas agrícolas. O regulamento é alterado posteriormente para o Regulamento CEE nº 3808/89 que estabelece um regime de auxílios aplicado aos projetos com objetivo turístico e de produção e comercialização de artesanato dentro das propriedades rurais. Estabelece que os agricultores devam obter renda com as atividades turísticas de até 50% de sua renda total, desde que os ganhos com o turismo não sejam de mais de 25% das receitas globais e o tempo ocupado com a atividade turística não ocupem mais de metade do seu ritmo de trabalho. (LAFRAYA, 1999).

Compreende-se que foi uma política ao mesmo tempo de turismo e agrária, pois esses auxílios objetivaram o início de uma nova atividade com potencial de crescimento, ao mesmo tempo limitou-se a pessoas dedicadas à atividade agrária com imposição de regras para que a atividade agrícola não fosse substituída. .

Com essa política, surge o *Agroturismo* em alguns lugares como na Cataluña, País Vasco, Baleares e Navarra. A terminologia *Agroturismo*, é entendida como a oferta de atividades ligadas a exploração agropecuária e florestal, no qual, os turistas tem a possibilidade de conhecê-las. Com essa política, foi possível beneficiar as zonas rurais consideradas vulneráveis e com baixo nível de

desenvolvimento socioeconômico, mas também, atividades não estritamente agrárias como o financiamento de alojamentos, criação de parques naturais e complexos esportivos. (LAFRAYA, 1999).

Coube aos Conselhos de Agricultura das Comunidades Autônomas a tarefa de aplicar este regulamento em território espanhol. Apesar disso, as ações não ocorriam de maneira uniforme, sendo centrada mais em alguns setores e menos em outros como em Baleares, por exemplo, em que a oferta de *agroturismo* era somente de alto nível e preço, contrapondo as reais finalidades a respeito das intenções da UE, ou seja, desenvolver um turismo que até então, deveria ser de inclusão e democrático. Somente com o passar do tempo, as autoridades turísticas locais permitiram a diversificação da oferta de alojamentos de turismo rural com maior ação comunitária. (LAFRAYA, 1999)

Conforme explica Lafraya (1999), as ações comunitárias são ferramentas características da política estrutural da Comunidade Europeia para apoiar iniciativas que possam contribuir e resolver problemas dentro do seu território. Entre os programas de maior relevância no desenvolvimento do turismo rural estão os programas *Leader*²⁰ I e *Leader* II.

O programa *Leader* I, de iniciativa da Comissão de Agricultura Pesca e Desenvolvimento Rural, surge como alternativa para apoiar programas inovadores com enfoque integrado a nível local, com a participação da comunidade através de suas instituições e suas organizações representativas constituídas e com órgãos de gestão apropriados dentro das zonas comunitárias rurais que foram afetadas pela Política Agrária Comum - PAC. Esteve atuante entre os anos de 1991 a 1994, beneficiando 53 zonas com a entrada de 120 milhões de ecus²¹. Desse valor, 51,8% se destinaram ao desenvolvimento turístico no meio rural, totalizando 1.603 projetos, principalmente, ligados a criação de infraestrutura de alojamentos, readequando casas rurais para este fim e contribuindo para a ampla divulgação da atividade de turismo rural dentro das comunidades, como uma atividade potencial. (LAFRAYA, 1999).

O programa *Leader* II, iniciado em 1994, assim como o *Leader* I, apoiou

²⁰ *Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rural.*

²¹ **ECU - European Currency Unit** (Unidade Monetária Europeia) foi uma unidade de contabilidade criada em 1979, utilizada na Comunidade Europeia que logo passou a ser União Europeia. Em 01 de janeiro de 1999, foi substituído pelo Euro. Fonte: <https://efxto.com/diccionario/unidad-monetaria-europea>

solidamente o turismo rural dentro dos programas de *Innovación Rural Demonstrativos y Transferibles*. Outro programa aprovado foi o *Proder* que funcionou igualmente como os demais programas, mas beneficiou também as zonas rurais não incluídas no programa *Leader II*. (LAFRAYA, 1999)

A partir das políticas de intervenção do Estado, surge um novo formato de território no meio rural que não é tradicional campesino e nem ligado a agricultura moderna intensiva. O tipo atualmente dominante na Europa meridional apresenta grande expansão do trabalho fora da exploração agrícola, acompanhada de uma crescente difusão das atividades industriais e de serviços no meio rural e nos centros urbanos de fácil acesso para a população agrícola. (BAPTISTA, 2001)

A inovação foi a inclusão do empresariado turístico profissionalizado no setor, que antes viviam exclusivamente das atividades agropecuárias e hoje suas tarefas são divididas entre a agropecuária e o turismo rural. “Padres e hijos trabajan en la fábrica, en el taller o en los servicios y viven en la explotación agrícola, que cultivan los fines de semana y en el tiempo que les deja libre la actividad fuera de la explotación”. (BAPTISTA, 2001, p. 113)

Para o desenvolvimento da atividade turística, ocorreram variações nos níveis de intervenção do Estado, que segundo Ivans (2003), essas intervenções são indispensáveis por três razões fundamentais: primeiro, pela potencial contribuição do turismo para o *bem estar social* e a necessidade de integrar a atividade de turismo ao desenvolvimento sustentável; segundo, o fato do turismo envolver bens públicos no processo de sua produção e como forma de proteger o interesse geral na atividade, que envolve uma multiplicidade de agentes com interesses muitas vezes divergentes; e terceiro, a própria complexidade que envolve a intenção de desenvolvimento seja econômico, social, territorial, que requer a ação do Estado direta ou indiretamente.

O debate em torno do papel do Estado justifica a necessidade de uma política setorial turística. A inexistência deliberada de uma política turística, para Ivans (2003), supõe uma forma de atuação pública por omissão, pois o turismo envolve o uso dos bens públicos e supõe-se a necessidade de salvaguardá-los. Além disso, o autor enfatiza a necessidade da criação de normativas para preservar o interesse e a potencial contribuição do turismo para o desenvolvimento local e sua capacidade de ordenar a atividade, evitando possíveis conflitos derivados da atividade turística.

Comunidades como Astúrias, País Basco e Navarra apostaram no turismo rural e trabalharam na sensibilização da população das zonas rurais e futuros empresários na atividade. Para a população, parecia incerto que haveria turistas atraídos pelas paisagens, pela tranquilidade, pela natureza, pelos costumes, pela arquitetura popular e pela gastronomia. Assim, foram investidos tempo, dinheiro público e assistência técnica com cursos de capacitação para o atendimento ao turista. (LAFRAYA, 1999)

Las medidas utilizadas por los gobiernos autonómicos para potenciar el turismo rural en sus respectivos territorios pueden agruparse, como sigue: creación y mejora de infraestructuras, formación y dinamización, planificación y comercialización. La primera y la última han sido más comunes y las que han supuesto mayores gastos. La formación de los recursos humanos ha sido incentivada desde la administración regional en autonomías como Castilla y León, Aragón, Navarra o Galicia, que han contado con planes generalizados o puntuales sobre la materia. (LAFRAYA, 1999, p. 727).

Sobre legislação turística, de acordo com Gutierrez (2016), a mesma sempre foi e é muito ativa em todas as comunidades autônomas espanholas. As primeiras normativas de turismo rural datam do início dos anos de 1980 e serviram para aprovar diversas ordens e decretos sobre o turismo com intensão reguladora, aprovando linhas de ajudas econômicas.

Segundo Lucia (2016), presidente da FARATUR, atualmente, existe mais de trinta formas de alojamento de turismo rural reguladas em território espanhol, predominando as casas rurais e hotéis em espaço rural. Outro meio de hospedagem muito comum são os *campings* rurais²² e albergues rurais.

Com a inserção do turismo no espaço rural, mudaram-se as estruturas de organização desses espaços com o crescimento do número de associações, consórcios, relações intercomunidades e agências de comercialização. Houve um aumento do número de participação dos agentes, entidades públicas, locais e regionais e da própria população nos projetos de desenvolvimento local gerenciados pelas instâncias de governança formada por conselhos, tornando o turismo rural espanhol referência. (LUCIA, 2016)

Entende-se que o papel das administrações públicas autônomas foi fundamental no início e no crescimento do turismo rural na Espanha. Suas ações na criação de normativas e decretos incentivaram o aumento da oferta mediante ajudas

²² *Campings* rurais são pousadas que podem estar classificadas por categorias e oferecem serviços como os de hotelaria.

econômicas, estimulando o aumento da demanda mediante campanhas de promoção.

Porém, as políticas públicas somente não seriam suficientes para o pleno desenvolvimento social do turismo. Os investimentos financeiros por parte da UE através dos programas LEADER foram de extrema importância para o desenvolvimento das regiões rurais e para o fortalecimento do turismo rural.

Na próxima sessão, tratar-se-á do turismo rural, agora em território brasileiro.

3.3 O TURISMO RURAL NO BRASIL

No Brasil, existem algumas leis sobre turismo rural, mas não são aplicadas ativamente como na Espanha. Apesar das políticas públicas para o turismo terem iniciado no ano de 1966 com a criação do Conselho Nacional de Turismo – CNTUR e a EMBRATUR²³ por Decreto Lei n.º 55/66, foi somente em meados de 1990 que ações destinadas ao turismo rural passaram a serem conhecidos nos meios acadêmicos, em forma de seminários, congressos, palestras e publicações específicas. (SANTOS & PIRES, 2010)

O primeiro registro da existência de turismo rural se encontra no município de Lages-SC, no início dos anos de 1980, vindo mais tarde a tornar-se uma rede de empreendimentos produtivos. (SALES, 2003).

Ações mais efetivas para auxiliar os pequenos agricultores passaram a ocorrer por parte da iniciativa pública como a criação do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar – Pronaf. O Pronaf foi criado por Decreto n. 1.946, de 28.6.96, tendo por finalidade a promoção do desenvolvimento sustentável no meio rural constituído por famílias agrícolas, sendo vinculado ao Ministério de Agricultura e Abastecimento²⁴.

O Pronaf correspondeu ao principal programa de incentivo à agricultura familiar porque ajudou a resolver uma das necessidades fundamentais dos agricultores que era o acesso a linhas de crédito. Foram propostas, no entanto, outras políticas de incentivos não diretamente creditícias, mas voltadas a outras demandas, como assistência técnica qualificação, comercialização, entre outras. Boa parte das políticas públicas passou a ser administradas pelo MDA. Por meio das políticas do MDA passa-se a fomentar a diversificação da economia local, inclusive atividades não agrícolas no meio rural, particularmente nos estabelecimentos familiares. As

²³ Posteriormente passou a denominar-se Instituto Brasileiro de Turismo por meio da Lei n. 8.181 de 28.03.91.

²⁴ A partir de 1999, passou a denominar-se MDA - Ministério do Desenvolvimento Agrário.

atividades puramente agrícolas mostram-se insuficientes para garantir uma boa renda familiar aos pequenos agricultores. O incentivo às atividades não agrícolas, portanto, tornaram-se itens importantes em políticas públicas voltadas ao espaço rural. (KLOSTER; CUNHA, 2014, p. 73).

No ano de 2000, o PRONAF ganhou novas linhas de crédito para combater a pobreza rural, chamado Microcrédito Rural²⁵ (também conhecido como Grupo B do Pronaf), voltado aos agricultores familiares com baixa renda, valorizando o potencial produtivo desses agricultores, permitindo a estruturação e diversificação da unidade produtiva, financiando atividades agrícolas e não agrícolas geradores de renda, como o turismo rural. (PRONAF, 2016)

O Microcrédito atende famílias agricultoras, pescadoras, extrativistas, ribeirinhas, quilombolas e indígenas que desenvolvem atividades agrícolas no meio rural. Para obtenção do crédito, é necessário ter renda bruta anual familiar de até R\$ 20 mil, sendo que no mínimo 50% da renda devem ser provenientes de atividades desenvolvidas no estabelecimento rural.

Os recursos para a operacionalização do Microcrédito Rural é feita com recursos do tesouro nacional e dos fundos constitucionais das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Para acessá-lo, o agricultor necessita de uma Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP, obtida gratuitamente nos sindicatos dos trabalhadores rurais ou nos escritórios da Emater, e a proposta de crédito, necessita da ajuda do técnico da extensão rural ou do assessor de crédito. A proposta deve ser feita com a participação da família e o CPF deve estar regularizado. Para contratação, os documentos são encaminhados aos Bancos (Banco do Nordeste, Banco do Brasil ou Banco da Amazônia). (PRONAF, 2016)

Apesar da existência de linhas de financiamento para o auxílio do pequeno agricultor, ainda é imperceptível a procura de financiamento voltado a atividades não agrícolas se comparada com as atividades agrícola e pecuária como pode ser demonstrada na tabela de crédito rural no Brasil no ano de 2012. (ver anexo I)

Sobre o turismo rural brasileiro, um fato que marcou sua história foi o I Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, realizado no ano de 1998, na Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Nesse evento, foi lançada a Carta de Santa Maria²⁶ propondo o estabelecimento de parcerias entre

²⁵ Saiba mais em <http://www.mda.gov.br/sitemda/secretaria/saf-creditorural/como-acessar-o-microcr%C3%A9dito-rural>, acesso em 05/10/2016

²⁶ Considera-se a Carta de Santa Maria como o mais representativo marco referencial do Turismo

instituições governamentais e iniciativa privada e objetivando a formulação de políticas públicas e diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural de maneira integrada. (CARTA..., 2016)

Os anos entre 1999 a 2003 foram marcados pela elaboração das diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural brasileiro, proposto pelo Ministério do Esporte e Turismo em parceria com técnicos, agentes e atores da atividade turística no meio rural. O resultado final foi o documento com as primeiras diretrizes para nortear o desenvolvimento do turismo rural no País. Ainda em 2003, é criado o MTUR – Ministério do Turismo, o PNT- Plano Nacional de Turismo (2003-2007) e o PNTRAF - Programa Nacional de Turismo Rural e Agricultura Familiar, formada por técnicos, instituições e representantes de agricultores no estado do Paraná.

Esse último tem como objetivo a promoção e o desenvolvimento rural sustentável, por meio da implantação e do fortalecimento de atividades turísticas pelos agricultores familiares, focando a integração aos Arranjos Produtivos Locais – APL, agregando renda e motivando a geração de postos de trabalho no meio rural, para a melhoria das condições de vida. É regido pela Lei 15.143 de 31/05/2006. (REDE TRAF, 2013)

Estados como da Paraíba, Santa Catarina, Mato Grosso do Sul e Ceará elaboraram suas leis específicas para o setor. No quadro 4 estão expostas as leis.

Quadro 4: Leis específicas para o Turismo Rural

Lei nº 15.143, de 31 de maio de 2006 - Define as atividades turísticas que especifica como atividades de “Turismo Rural na Agricultura Familiar”.	Paraná
Lei nº 1.063 de 5 de dezembro de 2006 - Dispõe Sobre os Fundamentos e a Política do Agroturismo ou Turismo Rural	Paraíba
Lei nº 14.361, de 25 de janeiro de 2008 - Estabelece a política de apoio ao Turismo Rural na Agricultura Familiar.	Santa Catarina
Lei nº 3.609, de 19 de dezembro de 2008 - Institui a Política Estadual de Fomento ao Turismo Rural.	Mato Grosso do Sul
Lei nº 15. 065 de 20 de dezembro de 2011 - Dispõem sobre o Turismo Rural na Agricultura Familiar	Ceará

ROQUE. A. **Estudo preliminar da Cadeia produtiva:** turismo rural Brasil. Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura – IICA. Brasília: 2013.

Com base em inúmeros artigos científicos, verificou-se que foram lançadas diferentes propostas regionais pelo território brasileiro com base no associativismo e

na valorização do patrimônio cultural e natural, envolvendo as comunidades locais para a promoção da descentralização no planejamento com foco na gestão local.

Santos & Pires (2010) destacam a formação e capacitação continuada dos agricultores familiares para as atividades ligadas ao turismo rural, crédito para infraestrutura tanto básica como turística desde que mantenham o compromisso com a produção agropecuária e processos agroecológicos. Essas ações promoveram a compreensão da multifuncionalidade da agricultura familiar e a criação favorável de ambiente para a inclusão de produtos visando à solidariedade e a participação coletiva.

Com a criação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil adotou-se a visão de desenvolvimento centrado na gestão compartilhada, dando importância às especificidades regionais e locais. O turismo rural passa a ser visto como fornecedor de produtos tipicamente rurais, provenientes da agricultura familiar, fornecidos diretamente para restaurantes e redes de hotéis. (SANTOS & PIRES, 2010)

Os Planos Nacionais de Turismo elaborados e promovidos posteriormente mapearam as regiões turísticas brasileiras buscando organizá-las em segmentos de acordo com roteiros integrados, selecionando destinos turísticos para transformá-los em indutores de desenvolvimento regional servindo como modelo de formação de novos destinos. Porém, o turismo rural não é abordado diretamente nos Planos, mas aparece como sugestão de segmentação quando se trata da estruturação e diversificação da oferta. (SANTOS & PIRES, 2010).

O governo federal sancionou no ano de 2006 a Lei 11.326 que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais, tendo como princípios a descentralização, sustentabilidade ambiental, social e econômica, equidade na aplicação das políticas, respeitando os aspectos de gênero, geração e etnia, participação dos agricultores familiares na formulação e implementação da política nacional da agricultura familiar e empreendimentos familiares rurais.

No entanto, são muitas as críticas entorno da regulamentação jurídica para o desenvolvimento da atividade de turismo rural. Segundo o Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura – IICAA, atualmente, o turismo rural não possui leis específicas, contendo-se a um regime híbrido, onde uma parte é rural e outra urbana. A política nacional brasileira conserva um espaço muito pequeno à atividade

turística rural e não recebe o apoio necessário à adoção de políticas públicas específicas como acontece em outros países. (ROQUE, 2013).

Para Roque (2013), a legislação vigente não tem acompanhado as transformações ocorridas no meio rural, tornando-se uma barreira para o desenvolvimento do turismo rural brasileiro.

Para empreender no turismo rural e atuar em conformidade com a legislação vigente, há de se arcar com importantes custos à constituição, manutenção e adaptação da empresa. A legislação sanitária vigente para produtos ofertados no agronegócio é quase impossível de ser praticada, sem que produtos e serviços percam a condição de produto do campo ou de origem artesanal. Estados, como Espírito Santo, berço do Agroturismo no Brasil aprovaram regulamentos específicos, em forma de Decreto, das Normas Sanitárias para a Elaboração e Comercialização de Produtos Artesanais Comestíveis de Origem Animal e Vegetal no Estado, porém são casos isolados, que deveriam ser adotados em todas as Unidades da Federação. (ROQUE, 2013, p. 27).

Os proprietários rurais que buscam adotar a atividade turística em suas propriedades encontram entraves relativos às legislações fiscal, tributária, trabalhista, sanitária e legislações que contemplam aspectos ambientais, culturais, comerciais, turísticos, fundiários e agrícolas, no âmbito federal, estadual e municipal. (ROQUE, 2013).

Ações mais locais são promovidas no território paranaense. O Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural- EMATER e o Serviço nacional de Aprendizagem Rural - SENAR, oferecem cursos e viagens técnicas a diversas regiões que desenvolvem o turismo rural, com objetivo de promover a sensibilização dos agricultores para essa atividade. Porém, as ações não ocorrem de maneira organizada formando redes de interação entre elas. “Falta relação e conexão entre os órgãos e maior capacitação dos técnicos envolvidos”. (KLOSTER, 2013).

Para melhor compreensão da presente pesquisa, até o momento abordou-se o surgimento do turismo rural e seus conceitos a partir da aquisição de novas motivações por parte dos turistas, uma vez que, estamos assistindo a mudanças marcantes no cenário tradicional turístico.

O turismo surge como projeto para resolução de problemas (BOURDIN, 2001), por parte do Estado que intervém mediante políticas públicas. Com o tempo o papel do setor público e privado vão se definindo (RODRIGUES, 2001), porém, segundo Ivans (2003), é preciso se criar desde o início uma política setorial turística

por parte do Estado, ordenando o seu papel.

Em ambos os territórios de Brasil e Espanha, no aspecto social, o turismo rural tem importante função, uma vez que buscam o resgate e a valorização dos elementos endógenos presentes nos espaços rurais. No aspecto econômico, considera-se um complemento a renda familiar já existente.

Na Espanha, devido a existência de normas e decretos desde o início do surgimento da atividade, o turismo rural sempre foi visto como um vetor potencial de desenvolvimento territorial.

No Brasil, não está claro o papel do turismo rural no desenvolvimento regional, uma vez que, não existem políticas públicas específicas para o setor. O turismo rural é visto e classificado apenas como um segmento dentro dos demais segmentos turísticos (eventos, sol e praia, urbano), etc. Se levar em consideração a revalorização dos espaços rurais por parte da população urbana (RODRIGUES, 2006) e a ideia proposta por Veiga (2002), em sua obra *Cidades Imaginárias*, onde defende que 80 % dos municípios brasileiros são essencialmente rurais, tem-se a constatação de que o território rural brasileiro é extremamente fértil para o desenvolvimento da atividade turística e que ainda carece de planejamento, mas principalmente, leis específicas e ações de regionalização do turismo rural que fomentem o setor.

No próximo capítulo, faz-se uma descrição com embasamento teórico sobre as redes geográficas. Descrevem-se as instâncias de governança em ambos os territórios dos Campos Gerais e Aragão e por fim, analisam-se as redes de governança regionais e suas relações com o território turístico.

4. AS REDES GEOGRÁFICAS, GOVERNANÇA E O TURISMO.

Para compreensão das redes de governança ADETUR e FARATUR, é necessário entender suas redes geográficas e suas relações com os territórios onde atuam. Para isso, faz-se uma abordagem de conceitos de redes geográficas, utilizando como parâmetro para a pesquisa, o conceito proposto por Corrêa (2012).

Santos (2006) trouxe à tona importante debate sobre a importância e a complexidade das redes geográficas. Para ele, as redes são hierarquizadas por um conjunto de pontos fixos ou nós interligados entre si por meio dos fluxos num mesmo espaço territorial. Dentro dessas conexões circulam ideias, mensagens, produtos ou dinheiro. Essa circulação é chamada de fluidez, ultrapassa os limites territoriais e é responsável pelas mudanças dos lugares.

O turismo é um importante vetor de transformação e alteração do território e utiliza-se das redes para a sua fluidez, redes já existentes como de infraestrutura (transporte e comunicação). Portanto, as redes de infraestrutura podem ser determinantes e consideradas como instrumentos de poder na seleção de lugares para possível turistificação. (CALVENTE, et al, 2008).

Como um processo de reprodução social, os programas de descentralização das políticas públicas voltadas à atividade turística no Brasil alteraram o processo de territorialização do turismo no Paraná. Suas ações resultaram num processo de regionalização turística alterando suas redes geográficas.

Assim, o território não é estático, ele é movimento, significa a formação de novas territorialidades por meio da reprodução social em que, o elemento fundamental na formação dos territórios é a rede. (HAESBAERT, 2004)

Com a globalização, os territórios tendem a fragmentarem-se e a formar novos territórios por meio de redes, redes de informação, redes de mercado, redes de infraestrutura, ganhando maior alcance e abrangência no espaço geográfico mundial. Porém, o acesso e o poder de abrangência das redes estão sujeitas às hierarquias nas sociedades estabelecidas pelo poder político e econômico. As redes não são homogêneas, os espaços onde as redes se ligam são diferenciados devido as materialidade do território e a sua formação histórica, econômica, natural e cultural. (SANTOS, 2006).

Com a revolução técnico-científica informacional, o território expande-se por meio das redes de transportes (como a tecnologia de aviões avançados, por

exemplo), das redes digitais e das redes de comunicação (que facilitou a expansão das empresas multinacionais e o avanço do sistema capitalista financeiro). (SANTOS, 2006).

A comunicação instantânea vai revolucionar a formação de territórios pela configuração das redes transformando o local com maior carga imaterial, combinando o material com o imaterial. As redes contemporâneas, enquanto responsável pelo processo de territorialização, vão formar territórios descontínuos, fragmentados e superpostos (HAESBAERT. 2004), rompendo com a visão do território contíguo, retilíneo e homogêneo.

Para Giddens (1991, p. 70):

A transformação local é tanto uma parte da globalização quanto a extensão lateral das conexões sociais através do tempo e do espaço. Assim, quem quer que estude as cidades hoje em dia, em qualquer parte do mundo, está ciente de que o que ocorre numa vizinhança local tende a ser influenciado por fatores – tais como dinheiro mundial e mercados de bens – operando a uma distância indefinida da vizinhança em questão. O resultado não é necessariamente, um conjunto generalizado de mudanças atuando numa direção uniforme, mas consiste em tendências mutualmente opostas. A prosperidade crescente de uma área urbana em Singapura pode ter laços econômicos globais, ao empobrecimento de uma vizinhança em Pittsburgh cujos produtos locais não são competitivos nos mercados mundiais. (GIDDENS, 1991, p.70)

A globalização pode ser interpretada como a intensificação das relações sociais em proporção mundial, ligando localidades distantes de forma que eventualidades locais são ajustadas, ocorrendo a milhares de quilômetros de distância e vice-versa.

A ligação entre o local e o global conecta-se a um conjunto de transformações na natureza da vida cotidiana. Essas transformações podem gerar impactos nos mecanismos de desencaixe.

Ao articular território e desenvolvimento, Saquet e Sposito (2008) buscam como referência Arnaldo Bagnasco, um dos principais estudiosos internacionais sobre questões do território e do desenvolvimento e que defende que os territórios são produtos da dinâmica socioeconômica e estão em conexão, articulados, o que torna os territórios espaços de desenvolvimento desigual e combinado, pois são frutos da dinâmica socioeconômica, em articulação, conectados no mercado, no tempo e no espaço. Essa articulação que determina o desenvolvimento do território.

Com isso, formam-se diferentes tipos e subtipos de redes, de transportes, urbanas, digitais, de mercadorias, entre outros exemplos. Pelas redes circulam os

fluxos: fluxos de capital, fluxos de informação, fluxos de tecnologia, fluxos de interação organizacional, fluxo de pessoas, fluxos de sons, imagens, símbolos e no caso do turismo, fluxo de turistas.

Fluxos é a demonstração dos processos que dominam a vida econômica, política e simbólica da humanidade. Dessa forma, o sustentáculo material dos processos dominantes nas sociedades será o conjunto de elementos que sustentam esses fluxos e propiciam ao mesmo tempo, a possibilidade material de sua articulação. (CASTELLS, 1999). Assim, o autor propõe, sobre a sociedade em rede, a expressão “espaços de fluxos” que são descritos como a combinação de três camadas de suporte materiais.

A primeira camada são as redes de interações (redes de comunicação, redes de infraestrutura, redes de cidadania) que podem ser expressas e determinadas por diferentes formas de poder existentes. (CASTELLS, 1999)

A segunda são os nós, onde o espaço de fluxo não é desprovido de lugar, ao contrário, está localizado numa rede que conecta lugares específicos com características sociais, culturais, físicas e funcionais distintas, sendo alguns desses lugares o centro que coordena a interação entre os demais elementos da rede ou mais um nó conectado a outros nós. (CASTELLS, 1999)

A terceira é a organização espacial das elites gerenciais (não sociais) dominantes que desempenham as funções direcionais em torno das quais esse espaço é articulado. (CASTELLS, 1999)

A existência das redes é essencial na questão do poder, tendo um papel importante na construção das estruturas organizacionais. A palavra poder compreende-se, no sentido proposto por Taylor e Thrift (1982) apud Santos (2006), como a competência de uma organização para controlar os recursos necessários ao funcionamento de outra organização.

O sistema econômico dentro da organização em rede pode utilizar-se do Sistema Produtivo Local - SPL entendido como uma área reduzida de extensão municipal ou regional, especializada economicamente dentro de um setor produtivo concreto com a qual comumente se identifica. O caráter sistêmico faz referência aos elementos que o integram e as empresas são as protagonistas principais e estão ligadas entre si por meio de relações estreitas e complexas, de tal maneira que a simples troca de um dos elementos ou de posições relativas, afetam o conjunto. (CLIMENT et. al., 2009).

A especialização produtiva está relacionada ao caráter sistêmico onde, para que as empresas interatuem sistematicamente, é necessário dedicar-se a atividades conexas até o ponto em que o conjunto de empresas encontra o ponto concreto de atividades conexas gerando a especialização produtiva. A partir daí, se formam dois grandes tipos de SPL. (CLIMENT et. al. 2009).

O primeiro, formado em torno de uma grande empresa, num sistema hierárquico, onde as demais empresas são seus provedores diretos e indiretos. O segundo, formado por um amplo número de empresas pequenas e médias. (CLIMENT et. al. 2009).

Nesse sistema, nenhuma empresa controla as demais e são regidas por um princípio de organização mercantil em que o mercado é, em última instância, quem organiza e dirige a produção das empresas. (CLIMENT et. al. 2009).

Mantêm entre si, relações de competência, desde que se situem num mesmo nível numa cadeia de produção. Levando-se em consideração o princípio de organização de cada um dos sistemas e a pluralidade de empresas inter-relacionadas, no primeiro sistema, as empresas são consideradas *empresas-rede* e no segundo, são *redes de empresas*. (CLIMENT et. al. 2009).

Numa conjuntura em que as virtualidades de cada espaço estão sempre mudando, instala-se o que bem se pode denominar de guerra de lugares. Os lugares devem não apenas utilizar suas aparentes vantagens comparativas, como criar novas, para atrair atividades prósperas de emprego e de riqueza. (SANTOS, 2006)

Na batalha para permanecer atrativos, os lugares se utilizam de recursos materiais (como as estruturas e equipamentos), imateriais (como os serviços). E cada lugar busca realçar suas virtudes por meio dos seus símbolos herdados ou recentemente elaborados, de modo a utilizar a imagem do lugar como imã. (SANTOS, 2006, p. 181)

E de que maneira a sociedade pode agir diante da realidade ao mesmo tempo local e global das redes para aproveitamento dos recursos materiais e imateriais existentes dentro do seu território? Para Santos (2006), é a sociedade nacional, através das estruturas de poder, que distribui no território os conteúdos técnicos e funcionais e que permitem que os lugares envelheçam ou tornem possível sua modernização.

Através das relações gerais direta ou indiretamente impostos a cada ponto do país, seja pela via legislativa ou orçamentária ou pelo exercício do plano, a sociedade nacional pesa com seu peso político sobre a parcela local da configuração geográfica e a correspondente parcela local da sociedade,

através das qualificações de uso da materialidade imóvel e duradoura. (SANTOS, 2006, p. 184).

Castells (1996) orienta que, em teoria social, o espaço não pode ser definido sem referência às práticas sociais. “O espaço é um produto material em relação a outros produtos materiais, inclusive as pessoas, as quais se envolvem em relações sociais (historicamente) determinadas que dão ao espaço uma forma, uma função e um sentido social”. (CASTELLS, 1972 apud CASTELLS, 1999).

As formas e processos espaciais são constituídos pela dinâmica de toda a estrutura social. Nela, incluem-se as tendências contraditórias derivadas de conflitos e estratégias entre atores sociais que, muitas vezes, podem apresentar valores e interesses opostos. Os processos sociais exercem influência no espaço, agindo no ambiente construído, herdado das estruturas sócio espaciais anteriores. (CASTELLS, 1999).

Existe uma variedade de redes geográficas que variam conforme o tema, suas dimensões e a sua temporariedade. Como exemplo, usamos dois momentos na territorialização histórica dos Campos Gerais relacionando território e redes. O primeiro, relacionado ao complexo agroindustrial formado a partir da década de 1970, tendo Ponta Grossa como uma das maiores produtoras brasileiras de soja. Na época, instalaram-se na região várias empresas moageiras e de defensivos e maquinários agrícolas, formando um SPL, uma rede de empresas para o beneficiamento e venda do produto.

Outro exemplo é a rota dos tropeiros, integrando um conjunto de paradas que posteriormente tornaram-se cidades comerciais na região dos Campos Gerais. A antiga rede do caminho das tropas deixou como legado alguns traços culturais como a gastronomia, a cultura e a religiosidade, importantes elementos utilizados para a turistificação regional.

A atividade tropeira ajudou a formar a maioria das cidades dos Campos Gerais. Ambos os exemplos estão relacionados à temporalidade e a espacialidade das redes geográficas. Castells (1999) dentro da perspectiva materialista proposta por David Harvey em *The Condition os Postmodernity* argumenta que o tempo e o espaço não podem ser entendidos independentemente da ação social.

A rede social torna-se geográfica quando levamos em consideração a sua espacialidade. São consideradas redes sociais espacializadas porque são construções humanas, formada na esfera de todas as formas de relações sociais e

envolve poder e cooperação. (CORRÊA, 2011)

De acordo com Corrêa (2011), a estabilidade de uma rede geográfica pode ser alterada por vários fatores sendo, a sua função transformada em maior ou menor grau de intervenção. As alterações resultam de um embate entre as antigas e novas funções e interações.

Atualmente, a cidade de Ponta Grossa é a principal cidade dos Campos Gerais sendo considerada como centro metropolitano dentro da rede de cidades dos Campos Gerais. Por ela, passam as ações de planejamento que influenciam os aspectos políticos, sociais e econômicos regional, podendo ser considerada *cidade informacional*. (CORRÊA, 2011),

A rede integra os lugares envolvidos num mesmo sistema de produção, sendo capazes de programar o desenvolvimento endógeno. A conexão é sustentada pelos códigos, regras e rotinas. Portanto, o meio social corresponde a uma entidade territorializada regida pelo poder, por normas, regras, valores que são as diretrizes para o comportamento dos envolvidos e as suas relações. As relações sociais envolve o espaço geográfico sem fronteiras, mas com certa unidade, a qual é refletida em um tipo específico de comportamento. É uma lógica organizacional capaz de cooperar com objetivo de melhor uso dos recursos criados em comum pelos envolvidos que são abertos e interdependentes. (MAILLAT & GROSJEAN, 1999)

A rede geográfica parece integrar o capital social, o qual tem a ver com confiança, normas, organização e sistemas que auxiliam na eficácia das ações conjuntas.

Trata-se de um conjunto de elementos que fazem parte da estrutura social e da cultura como, por exemplo, as normas de reciprocidade, os padrões de associativismo, os hábitos de confiança entre as pessoas, as redes que ligam segmentos variados da comunidade. A eficiência do capital acumulado em práticas sociais sobre a produtividade e a competitividade econômica tem relação com as práticas colaborativas entre indústrias e dessas com universidades e entidades governamentais e da sociedade civil que impulsionam inovações viabilizando o dinamismo econômico de pequenas e médias empresas que alavancam a renda e o emprego local. (PIRES et al. , 2011, p. 48).

As redes geográficas podem ser analisadas por meio de três dimensões básicas e independentes entre si que, de acordo com Corrêa (2011), cada uma delas inclui temas pertinentes para análises específicas podendo descrever sua complexidade: a organizacional que envolve os agentes sociais (Estado, empresas,

instituições e grupos sociais), a origem, a natureza dos fluxos, função, a finalidade, existência, construção material ou imaterial, a formalização e a organicidade. A dimensão temporal envolve o conhecimento da duração, da velocidade e da frequência (curta, longa, lenta, instantânea, permanente, periódica, ocasional). E a dimensão espacial abrange a escala (local, regional, nacional, global), a forma espacial (solar, dendrítica, circuito, barreira) e das conexões (externa e interna). (CORRÊA, 2011).

Compreender a rede geográfica, considerando a dimensão da gestão na atividade turística, possibilita uma análise integrada e uma melhor interpretação das ações no planejamento turístico.

Na prática, é nas redes geográficas que o planejamento estratégico para o turismo deve ser realizado. Os atores sociais devem utilizar-se do planejamento estratégico para determinar qual é a direção que devem mover o destino turístico para que seja possível conseguir alcançar os objetivos em longo prazo. (VALLS, 2006).

Por estratégia, entende-se como um planejamento administrativo ou método para atingir os objetivos. O planejamento estratégico é uma escolha administrativa que visa antecipar o futuro e os desafios que um destino deverá enfrentar, deliberando decisões, produtos e serviços a serem oferecidos no mercado com objetivo de atender as necessidades e desejos do público alvo. Num mercado cada vez mais competitivo e globalizado, o desenvolvimento turístico de qualquer destino passa fundamentalmente pelo planejamento estratégico de marketing e a obrigação de oferecer produtos e serviços de forma eficiente e acessível, promovendo os valores e a imagem, é potencial e vantagem diferenciadora. (TRIGUEIRO, 2001)

Para Kotler (1976), as estratégias competitivas baseadas em inovação e segmentação com uma distribuição melhorada, fornecem as melhores probabilidades de sucesso.

Para desenvolver uma boa política de marketing de um lugar é necessário assegurar a satisfação de todos os atores que fazem parte da rede, sejam os cidadãos, investidores do setor e os visitantes, por meio do fornecimento de serviços e infraestruturas básicas. Também é necessário criar novos atrativos que melhorem a qualidade de vida das pessoas residentes para que possam expressar o seu estilo de vida e das melhorias ocorridas através de uma imagem positiva. Tantos os moradores locais, como as empresas, devem criar uma imagem hospitaleira e

entusiasta de modo a atrair novos investimentos, empresas e visitantes para o lugar. (KOTLER, 1976)

Cabem as instituições públicas o papel na criação de infraestruturas físicas e sociais, o estabelecimento de políticas e fiscalização do setor. Ao setor privado, cabe o papel de agente dinamizador e estimulador das ações voltadas ao turismo. (KOTLER, 1976), (VALLS, 2006), (SANTANA, 2009), (CORIOLANO, 2006).

Nessa divisão de papéis entre setores públicos e privados surge a figura central da governança. Dentro do setor turístico, sua missão é articular de forma eficiente a participação dos diferentes atores (públicos e privados) nos assuntos turísticos do destino, convertendo-se no aspecto *chave* do funcionamento em rede social. (CROSBY, 2009).

Para facilitar o entendimento, a próxima sessão tratará sobre a governança e seu significado, para então avançar na descrição sobre as Instâncias de Governança ADETUR e FARATUR.

4.1 GOVERNANÇA

O termo 'governança' se tornou familiar após reunião de cúpula franco-africana em 1996, quando os comunicados oficiais falaram de *boa governança*. O termo causou certo estranhamento por parte dos jornalistas devido às definições obsoletas, sendo pouco difundido na França. (BOURDIN, 2001).

Outros autores como Pires et al. (2011), apontam que o termo governança aparece com bastante força já a partir da década de 1970, dividindo os debates entre os que defendiam o jargão administrativo de boas formas de governar os negócios com eficiência e transparência e os que se ligavam a ideia de compartilhar e dividir poderes na gestão pública das regiões envolvendo as prefeituras, sindicatos, associações empresariais e entidades civis.

A ação pública torna-se ineficaz quando ela se restringe à produção e à aplicação de normas jurídicas. Diante disso, os Estados procuram técnicas mais apuradas de governo. A governança então sugere ordem nas formas de coordenação horizontal e vertical da ação pública. Como justificativa para o uso da técnica de governança, na França, o sistema dos grandes blocos corporativos e das grandes organizações como as sindicais, vão dando lugar a uma grande multiplicidade de grupos estáveis e/ou instáveis que não mantêm praticamente nenhuma relação entre si. As redes de atores se diversificam e o sistema político-

administrativo se fragmenta até o contrassenso. (LE GALES, 1995 apud BOURDIN, 2001).

Dentro da esfera financeira, o Banco Mundial, em meados dos anos de 1980, retoma o termo *governance* em seus documentos. Tais documentos relacionam a capacidade financeira à administrativa do Estado²⁷ nas ações de governo, na prática de políticas e na busca ao alcance de metas coletivas para aprimorar e regular recursos econômicos e sociais. (PIRES et al., 2011)

Por governança se entende que esta se relaciona a articulação e a regulação do modelo capitalista proposto pelos atores sociais envolvidos. De acordo com Benko (2004):

Según la sociología económica/economía política (por lo tanto dejando de lado, o casi, las cuestiones del Estado y del gobierno), el enfoque en términos de gobernanza parte del principio de que cada sociedad moderna puede analizarse a partir de la combinación de modos de regulación específicos. En la literatura, se identificaron cinco tipos ideales de regulación de la economía (Crouch, Le Galès, Trigilia y Voelzkow, 2001): el mercado (la competencia), la gran empresa (jerarquía), el Estado (la coacción), la comunidad (solidaridad), la asociación de empleadores (la negociación). En lo que concierne a los trabajos sobre estas cuestiones, insistimos en la motivación de los actores. (BENKO, 2004, p. 117)

Sobre o termo governança, Pires et. al. (2011) argumentam que a expressão vem sendo usada em diversos contextos podendo ser aplicada a empresas, governos, instituição, na esfera local para as interações entre outras esferas da sociedade e citam três formas de governança voltadas a natureza de pensar o desenvolvimento, conforme o quadro 5.

Levando-se em consideração que a Governança Corporativa está relacionada ao ambiente empresarial e a Governança Política está mais relacionada ao ambiente político, considera-se a Governança Territorial como o modelo mais apropriado para a descrição das formas de governança locais, proposta na presente tese.

²⁷ Mais efetivamente em países em desenvolvimento.

Quadro 5: Formas de Governança

<u>Governança Corporativa</u>	<u>Governança Política</u>	<u>Governança Territorial</u>
Abrange um conjunto de metodologias que envolvem a forma como a corporação é dirigida e administrada. Chama-se <i>boa governança corporativa</i> quando está relacionado a perspectivas de longo prazo, tratando os interesses dos acionistas e sua articulação dentro do campo de governo da corporação, mas também busca atingir metas que favoreçam clientes, fornecedores, colaboradores e do ambiente de trabalho e de inclusão da própria empresa;	Nas democracias, refere-se aos intercâmbios entre o Estado e a sociedade, ou seja, sistemas de coligação e de grupos de pressão público e privado. O objetivo da governança é fazer com que a ação pública seja mais eficaz e próxima ao interesse e bem-estar do público e sem a exploração de recursos. A governança política serve também como regulação social, sendo de utilidade para trabalhar em todos os níveis de governo: governança local, governança territorial, governança regional, governança global. “Não existe um modelo único de governança, mas sistemas de governança inerentes a cada contexto social e histórico”. (PIRES et. al, 2011, p. 35). Devido às mudanças significativas nos ambientes, tanto em comunidades como empresas, houve a necessidade de se buscar novas formas de governança para a resolução de problemas específicos;	É uma forma de governança política. Na sua dimensão territorial, considera as articulações e interdependências entre os atores sociais na definição de formas de coordenação horizontal e vertical da ação pública e regulação dos processos econômicos e sociais territoriais²⁸. Surge na França, em 1990, como novas formas de ação coletiva em redes de atores diversificados e de caráter flexível, como resultado da fragmentação do sistema político-administrativo e ineficiente da ação pública do Estado voltado apenas na produção e aplicação de normas jurídicas. Com isso, os governos vêm rompendo com o passado, mudando as formas de gestão com a inclusão de atores em redes interdependentes, não participantes necessariamente da mesma esfera de governo, sendo também, instituições associadas de forma coletiva.

Fonte: PIRES. E. L. S.; FUINI L. L.; MANCINI R. F.; PICCOLI Neto, D. **Governança Territorial: conceito, fatos e modalidades**. Rio Claro: UNESP – IGCR: Programa de Pós-graduação em Geografia, 2011. Nota: Organizado pela autora.

No Brasil, os debates sobre governança tornam-se mais densos nos anos de 1990, quando ocorrem iniciativas à descentralização político administrativo e ao

²⁸ Bourdin, 2001.

ordenamento de ações mais ativas como resposta aos gráficos de decadência econômica e decomposição das condições sociais de municípios e Estados. (PIRES; et. al., 2011)

A governança na obra de Veiga (2002) aborda o desenvolvimento territorial relacionando a recomposição dos territórios e as suas hierarquias possibilitando a formação de novas composições de gestão. Essas composições são formadas por pactos e ações de cooperação articulada entre municípios de uma mesma região que passam a adotar estratégias de desenvolvimento local dando maior importância aos SPL.

A descentralização do poder permite melhor distribuição de recursos e estimula a participação dos atores locais instigando sua capacidade de criar, permitindo múltiplas instâncias de decisão. (BEDUSCHI FILHO & ABRAMOVAY, 2004).

Com a recomposição dos territórios e a descentralização do poder, fortalece a valorização do capital social, o estímulo ao empreendedorismo e as ações de inovação. A governança se estabelece como conceito intermediário entre estado e mercado, entre o global e o local, instituindo as muitas formas de regulação e de controle territorial praticados em diferentes tipos de redes e acordos entre os atores sociais que estabelecem, de maneira conjunta, os mecanismos formais ou implícitos de resolver problemas inéditos. (PIRES et al., 2011).

Esses problemas geralmente se colocam no campo dos setores econômicos, das cadeias produtivas e certos produtos industriais e agroindustriais. Portanto, esse novo estilo de gerir a produção e o território merece ser mais discutido e esclarecido em face de uma possível crise das (já ultrapassadas) ferramentas de planejamento regional outorgado ou imposto pelo nível federal ou estadual. (PIRES et al., 2011, p. 26)

Fazer políticas locais não é tarefa fácil, ela reúne os meios e as condições de interferir nos setores escolhidos para interferir. Alguns setores importantes continuam ainda muito dominados pelo Estado ou não são partilhados para que seja possível conduzir nelas, as políticas realmente locais. Romper com a gestão clássica exige uma transformação das estruturas, criar novas organizações, trabalhar por objetivos e projetos. (BOUDIN, 2006).

Supondo que se consiga efetivar as políticas locais, a dificuldade agora é a 'transversalidade' (BOUDIN, 2006), (VALLS, 2009), ou seja, a organização de todo

um sistema de trocas, de interações às vezes divergentes entre atores. Esse fato vai requerer o uso de muitos debates e avaliações para o futuro êxito dos projetos.

Se o estabelecimento da governança serve para resolver problemas, os projetos elaborados pela mesma são uma resposta aos seus problemas. Para Bourdin (2001):

Em todo o caso, como instrumento de organização, o projeto é atualmente o lugar em torno do qual se constitui uma rede de atores, uma coalizão, mas também uma razão de ser e o que garante sua estabilidade. Ela se forma em torno de objetivos expressos na partida, mas igualmente na ação: ao mesmo tempo em que esta se constrói e se desenvolve, eles são redefinidos, precisados, corrigidos, poderíamos quase dizer que são produzidos das vezes, para desencadear a ação e na ação²⁹. O projeto, em todo caso, é um meio eficaz para se criar unidade em sistemas de ação muito atomizados e para estabilizar cooperações. Alguns podem até imaginar a ação pública como um encaixe de projetos, e podemos nos perguntar se este não se tornará o modelo único para a ação. (BOURDIN, 2001, p. 149-150)

Quanto aos objetivos, eles devem ser partilhados dentro de um sistema de governança. As incertezas e os riscos são compartilhados entre os *stakeholders*³⁰ onde o sucesso de qualquer empreendimento depende da participação de suas partes interessadas e, por isso, é necessário assegurar que suas expectativas e necessidades sejam conhecidas e consideradas pelos gestores. De modo geral, essas expectativas envolvem satisfação de necessidades, compensação financeira e comportamento ético. Cada interveniente ou grupo de intervenientes pode possuir um determinado tipo de interesse no processo. O envolvimento de todos os intervenientes não maximiza obrigatoriamente o processo, mas permite achar um equilíbrio de forças e minimizar riscos e impactos negativos na execução desse processo. GLAESSER (2008), SANTANA (2009)

Segundo Pires et. al, (2011):

Esses compromissos articulam: os atores econômicos entre si e com os atores institucionais-sociais e políticos através de *regras do jogo*. Media também a dimensão local e a global (nacional ou mundial) através das ações realizadas por atores ancorados no território. (PIRES et. al., 2011, p. 36)

Mesmo relacionada com as formas de governança política, envolve atores geograficamente próximos, num sistema compartilhado de coordenação e cooperação mútua, ultrapassando a esfera econômica, segundo os mesmos autores:

²⁹ François Ascher (1998b), inspirando-se na noção de auto-regulação reflexiva, utilizada por Giddens.

³⁰ Partes interessadas.

No momento em que esse tipo de território atinge um grau de sinergia elevado entre atores, o conceito de *território* ultrapassa a esfera do econômico, uma vez que o modo de se produzir, isto é, a estrutura da produção é tão imbricada com o modo de vida local que passa a influenciar a cultura e a sociedade”. (PIRES et. al., 2011, p.41)

O turismo, como atividade econômica, é o foco dos projetos de governança regional presentes na tese e envolve desde a gestão pública, o empresariado e a sociedade civil. Serve para abrir múltiplas possibilidades de mudança que podem provocar mudanças nos hábitos e nas práticas locais. Como fenômeno, faz parte dos sistemas abstratos³¹ formado por instituições desencaixadas no tempo e no espaço e dependem de coordenação das instâncias de governança.

Os atores são os indivíduos que estão envolvidos nas ações e programas específicos, podendo ser do setor público ou privado. O Estado, na maioria dos casos, está presente nas questões relacionadas à governança territorial e no desenvolvimento das políticas públicas. O envolvimento do Estado varia conforme o nível de governo que está em discussão e pode envolver todas as esferas, desde o nacional até o local. A ação coletiva gera a formulação de normas, que remetem a expectativas coletivas para o que se considera uma conduta adequada em um determinado contexto, e que irão orientar o comportamento coletivo. (PIRES et. al., 2011).

Para Rodrigues (2001), o papel do Estado, perante os projetos turísticos, pode ser visto como ator e como árbitro. Como ator, refere-se à implantação da infraestrutura básica, como transportes, comunicações, energia, fornecimento de água e saneamento básico. Gera ações na oferta de subsídios e incentivos fiscais aos projetos nos três níveis federal, estadual e municipal. Como arbitro, define a legislação e fiscaliza a sua obediência.

Quanto à iniciativa privada, cabe a ela o papel na efetivação dos equipamentos e serviços turísticos e de apoio, porém, parte desses também pode ser realizada pelo Estado como postos telefônicos, policiamento, posto de atendimento médico, dentre outros. (RODRIGUES, 2001)

³¹ Para Giddens (2002), a natureza das instituições modernas está profundamente ligada ao mecanismo da confiança em sistemas abstratos que são fichas simbólicas e sistemas especializados tomados em geral. Sistemas abstratos significam a confiança em algo que não se conhece, os chamados sistemas peritos e que fazem parte da vida social moderna, como depositar ou sacar dinheiro no banco, abrir e fechar uma torneira, acender uma luz, enviar um e-mail ou dar um telefonema.

No Brasil, as instâncias de governança passaram a fazer parte, efetivamente, da estrutura organizacional das Secretarias de Estado do Turismo em território brasileiro no ano de 2003. São encarregadas em executar as ações dos programas relacionados às Políticas Estaduais de Turismo, priorizando as estratégias de regionalização.

Para a SETU/PR, “instância significa ente organizacional”, uma espécie de organização social que pode adquirir vários formatos: conselho, fórum, agência, associação. Já o termo *governança* é a capacidade de administrar ou, no caso dos governos, criar condições de responder às demandas da sociedade. Implica uma gerência participativa que englobam as populações locais na elaboração, monitoramento e na execução (em alguns casos) de políticas públicas nos níveis nacional, estadual, regional e municipal. (PARANÁ, 2009).

Assim, a SETU/PR define Instância de Governança do Turismo como: “... uma organização social que conta com a participação de representantes do poder público, da sociedade civil organizada e de entidades empresariais vinculadas ao turismo em determinado território (país, estado, região ou município)”. (PARANÁ, 2009)

A partir do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, é que as instâncias de governança passaram a ter papel relevante com parcerias em todos os níveis federal, estadual, regional e municipal, conforme a figura 12.

Figura 12: Estrutura de coordenação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros de Brasil



Fonte: MTur , (2004) apud Orientações práticas às Instâncias de Governança de Turismo do Paraná, 2009

A figura 13 apresenta a competência de cada Instância conforme o nível nacional, estadual, regional e municipal e suas políticas de atuação.

Figura 13: Competências das instâncias de coordenação



Fonte: PARANÁ, Orientações práticas às Instâncias de Governança de Turismo do Paraná, 2009.

Nota: Organizado pela autora.

De acordo com a SETU/PR, o processo de organização das instâncias de

governança não pode ser simplesmente burocrático, realizado somente para atender a programas ou a políticas públicas. Esses atores e instituições são os detentores dos sistemas peritos e devem se organizar num espaço democrático podendo participar de forma articulada nos processos de decisão, planejamento e implantação das estratégias de desenvolvimento territorial local.

A estrutura jurídica das instâncias deve ser de responsabilidade dos envolvidos, assumindo várias formas: fórum, conselho, associação, etc. São os atores locais que definem o formato levando em consideração o desenvolvimento turístico do território e o grau de amadurecimento do capital social. (PARANÁ, 2009).

O importante é que a escolha do formato da instância de governança facilite o funcionamento e garanta o cumprimento da sua função e de suas atribuições podendo ser resumidas conforme a figura 14.

Figura 14: Atribuições das instâncias de Governança.



Fonte: PARANÁ. Orientações práticas às Instâncias de Governança de Turismo do Paraná, 2009.

Nota: organizado pela autora.

Segundo Bourdin (2001), cada participante de uma coalizão deve entrar consciente de seu compromisso pessoal e encontrar a ocasião de mostrar seu valor e obter benefícios secundários em curto prazo. É necessário se apoiar em conhecimentos que objetivem os problemas como referencial comum, acima das

escolhas políticas. Assim, convém realizar alianças estratégicas, pois a base da coalizão tem pouca chance de ser bastante ampla para poder ganhar sozinha. (BOURDIN, 2001)

Segundo a SETU/PR a pluralidade de atores de um mesmo território deve representar distintos segmentos da comunidade onde está inserida. É basicamente composta por representantes de diversos segmentos, conforme mostra o quadro 6. (PARANÁ, 2009)

Quadro 6 Representantes de diversos segmentos.

Gestores públicos do turismo
Representantes de segmentos relacionados direta ou indiretamente à atividade turística, estadual, regional, municipal (meio ambiente, segurança pública, transportes, infraestrutura, saúde, educação, cultura, etc.).
Representantes da cadeia produtiva do turismo, ou seja, representantes de diferentes grupos sociais com características econômicas, sociais e culturais bastante heterogêneas.
Representantes de organizações não governamentais.
Representantes das instituições voltadas ao desenvolvimento regional e à sociedade civil.
Representantes do Sistema S (SENAC, SENAI, SESI, SEBRAE, SESC, SENAR, SESCOOP).
Outras lideranças existentes no território.

Fonte: PARANÁ. Orientações práticas às Instâncias de Governança de Turismo do Paraná, 2009.

A multiplicidade de atores inseridos pode ocasionar a individualização e a divergências de interesses, o que torna a ação mais difícil. As menções comuns ficam cada vez mais difíceis de estabelecer, diversificando o campo das ações, das técnicas e dos saberes, multiplicando as preocupações.

A individualização dos atores ocorre quando, dentro da instância se formam pequenos grupos menores com interesses divergentes. Para remediar isso, Bourdin (2001) sugere constituir coalizões articulando um encadeamento de compromissos, sendo que, ao minimizarem os custos ligados às consequências ou ao desenvolver a ação, se adicionam os que se referem à sua construção, ou melhor, os custos de transação. Quanto mais o universo da ação é incerto, maior os custos, e isso vale em toda forma de cooperação. É o que sentem os que têm a responsabilidade de organizar a ação local. (BOURDIN, 2001)

Os critérios para a escolha dos membros devem ser definidos pelos próprios atores do território, ressaltando que esses atores não representam a si mesmos e sim, a um setor vinculado a atividade turística. (PARANÁ, 2009).

Atualmente, a instância de governança do turismo no Paraná, representado pela SETU/PR está promovendo o programa 'Paraná Participativo 2016-2026'³². A ação é uma proposta de construção do plano estratégico de turismo para os anos de 2016 a 2026 em território paranaense. Tem como instrumento o planejamento participativo dos setores público e privado, formando o Conselho Estadual Paraná Turismo – CEPATUR. Fazem parte do Conselho a ABAV, ABEOC, ABRAJET, Paraná Turismo, SEBRAE, SINDEGTUR e UFPR. (PARANÁ..., 2016)

O plano está dividido em três fases: a primeira é a elaboração da metodologia (março/2016), a segunda são as oficinas com pesquisadores, gestores regionais e empresários para a elaboração de diagnóstico (julho/2016) e a terceira é a elaboração do documento final que servirá como diretriz para as ações (setembro/2016). O enfoque do plano é territorial e busca visualizar o posicionamento dos destinos e produtos, dando ênfase à sustentabilidade, mobilização, articulação, integração e gestão. Seus eixos de ação são a governança e sustentabilidade, o marketing e a inovação e a qualidade e competitividade. (PARANÁ..., 2016)

De acordo com diagnóstico prévio da SETU/PR, para o planejamento estratégico é necessário organizar as entidades e a articulação entre elas, certificar os produtos e comercializar de maneira mais eficaz, criar legislação específica para o turismo, promover ações de integração regional, ampliar dados sobre o setor, dar condições de acesso a financiamentos por parte dos empreendedores e fortalecer de maneira geral o turismo. (PARANÁ..., 2016).

A legislação específica se torna um facilitador e um instrumento de orientação para o alcance das metas estabelecidas, uma vez que todos os envolvidos na atividade devem se enquadrar no sistema constituído.

Portanto, considera-se a atividade de turismo como um setor produtivo de desenvolvimento territorial quando operado por diversos atores, com intercâmbio de trocas mútuas e fortemente articuladas não somente entre si, mas com o local, desde que, coordenadas e com normas específicas do setor, sendo capaz de criar mudanças sociais e culturais significativas no seu território.

A próxima sessão tratará especificamente sobre as Instâncias de Governança Regionais abordadas na pesquisa.

³² Disponível em <http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/JoseGandaraDeiseBezerraYureLobo.pdf>

4.2 AS INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA REGIONAIS

4.2.1 Agência de Desenvolvimento do Turismo - ADETUR

Nos Campos Gerais, as primeiras ações de governança para o desenvolvimento do turismo começaram antes mesmo dos programas de regionalização do turismo, no ano de 1999. Na época, o órgão de governança local era a Associação dos Municípios dos Campos Gerais - AMCG a qual, promoveu juntamente com a SETU/PR, oficinas de PNMT nos municípios da região. Com o passar do tempo, as eventuais mudanças de gestão pública e dos programas de desenvolvimento do turismo nacional alteraram os grupos gestores do turismo regional.

Na primeira metade da década de 2000, houve uma ação conjunta entre as elites gerenciais do setor turístico regional: SETU/PR, AMCG, a ECOPARANÁ³³ e o SEBRAE/PR com objetivo de desenvolver estratégias de desenvolvimento por meio do Projeto Rota dos Tropeiros, de forma articulada. De acordo com Nádia Joboji:

O momento em que o Projeto Turístico Integrado de Desenvolvimento Regional - Rota dos Tropeiros foi proposto para a região, no ano de 2002, foi propício, pois os gestores públicos, ou seja, os administradores municipais (prefeitos), bem como os secretários e diretores de turismo estavam entusiasmados e motivados com os resultados socioeconômicos positivos que o turismo poderia trazer. A região Campos Gerais tinha realizado o PNMT- Programa de Municipalização do Turismo e tendo o apoio da AMCG- Associação de Municípios dos Campos Gerais, uma associação de municípios que tem como objetivo maior a integração regional, econômica e administrativa dos municípios associados, defendendo os interesses e reivindicando em favor deles, bem como ampliar e fortalecer a capacidade técnica dos mesmos tinha o Turismo como uma das alternativas e prioridades. (JOBOJI, 2016)³⁴

A finalidade do Projeto era resgatar os elementos endógenos (VALLS, 2006), existentes e que fizeram parte da formação territorial regional, ou seja,

³³ Segundo o artigo Art. 1º, da lei n.º 5289 de 10 de Julho de 1998, ECOPARANÁ é o serviço social autônomo, sem fins lucrativos, ECOPARANÁ, pessoa jurídica de direito privado, de interesse coletivo, passa a denominar-se PARANÁ PROJETOS, tendo como finalidade a promoção, a elaboração e o gerenciamento de projetos, visando à implementação do desenvolvimento integrado do território paranaense, segundo princípios de sustentabilidade local e regional. ver mais em: <http://www.legislacao.pr.gov.br/legislacao/pesquisarAto.do?action=exibir&codAto=8592&codItemAto=82296>

³⁴ JOBOJI, Nádia Terumi, assessora de Turismo nos anos de 2003 a 2005 e diretora de Turismo nos anos de 2005 a 2008, ambos da AMCG, atual Gestora de Projetos do SEBRAE/PR. Entrevista concedida a autora, em 20 de setembro de 2016.

relacionar a cultura tropeira com a própria paisagem e transformá-la em produtos turísticos, tendo como metas:

- Captar e desenvolver novos investimentos e negócios;
- Planejar e executar ações de marketing coletivo;
- Captar diversas modalidades de recursos;
- Colaborar com o poder público e entidades privadas na promoção do destino turístico da Rota;
- Representar os empresários do setor do turismo. (ROTA..., 2015)

O projeto foi pensando buscando promover a atividade turística como solução para problemas (BOURDIN, 2001) na ordem econômica, sociocultural, entre outros.

Segundo Joboji (2016): “Uma das temáticas de união esses municípios devido ao corredor cultural era o Tropeirismo, pois a maioria dos municípios foi formada por esse ciclo importante, deixando as características em sua cultura e história. Por isso o nome Rota dos Tropeiros”.

A articulação e estruturação do Projeto eram realizadas pelo G32 formado 16 municípios que integravam a ‘Rota dos Tropeiros’³⁵, por 01 representante da iniciativa privada e 01 da pública. Além do G32, fazia parte também o G10, formado por prefeitos, secretários municipais e parceiros como o SEBRAE/PR e SETU/PR.

De acordo com Joboji (2016), essa articulação institucional regional foi muito intensa, tornando-se um dos projetos prioritários de turismo do Paraná e um dos pilotos ao se tratar de região. Esse foi o primeiro registro de projeto em redes (SANTOS, 2006), hierarquizado por pontos fixos ou nós interligado entre si num mesmo espaço territorial.

O interesse do grupo G10, aliado ao Programa de Regionalização do Turismo do Mtur, era estimular os debates para a criação de uma entidade que contribuísse especificamente para o desenvolvimento do Projeto. (BARROS, 2014).

Foi então que em 07 de março de 2007 foi criada a Agência de Desenvolvimento Turístico Sustentável dos Campos Gerais e Rota dos Tropeiros do Paraná – ADTCG, pessoa jurídica de direito privado sob a forma de associação civil, sem fins lucrativos, com autonomia administrativa e financeira regida pela Lei

³⁵ Arapoti, Balsa Nova, Campo do Tenente, Campo Largo, Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Lapa, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Porto Amazonas, Rio Negro, Sengés, Telêmaco Borba, Tibagi.

9.790/99 e por estatuto, por regimento interno e pela legislação específica³⁶.

Na figura 15 estão as logomarcas utilizadas pela governança dos Campos Gerais.

Figura 15: Logomarcas



Fonte: <http://www.rotadostropeiros.com.br/>
<https://www.facebook.com/adeturcamposgerais/?fref=ts>

A ata de fundação contou com os seguintes integrantes e suas referentes entidades: Associação de Moradores de Castrolanda, Casa do Artesão de Telêmaco Borba – Idever Terezinha Lacerda, Tania Moura e Dick Carlos de Geus da COOPTUR, Ideize Nunes Elia e Bibyana Paranhos da Prefeitura de Castro, João Antonio S. Lima da Prefeitura de Jaguariaíva, Caroline, Mansur Jesus e Suzana Kossoske da Prefeitura da Lapa, Virginia Algaver do SEBRAE, Marcos Bertolini da ACECASTRO, Herculano Lisboa da Paraná Turismo, Erlin Passos da Associação dos Artesãos de Castro, Débora do Hotel Bonaparte, Luis e Vanderlei da CASTROTUR, Eros Freitas do Ponta Grossa Convention & Visitors Bureau – CV&B, Cecília Pavezi e Juliana Nogueira da Prefeitura de Tibagi, Leri Ribeiro da ATIART. Tendo como lista de associados os seguintes empreendimentos: Churrascaria Lugano e Hotel Planalto em Ponta Grossa, Centro Equestre Centauro e Pousada do Cânion Guartelá em Castro, Fedalto & Otero, Balles Pousada de Campos Largo e Restaurante Espaço Único da Lapa. (BARROS, 2014)

A primeira diretoria foi eleita na ocasião, constituindo-se por Nicolas Marie Nienhuys - presidente, Douglas Francisco da Costa - diretor financeiro, Dinacir

³⁶ Texto retirado do Estatuto.

Azambuja - diretora administrativa. No Conselho Fiscal, Izidro Constantino Guedes - presidente, Anderson Otero e Daniel Wagner. Como conselheira suplente, elegeu-se Sarlete Maria Marques. (BARROS, 2014)

A figura 16 apresenta as redes de governança de forma hierarquizada, mostrando a localização da ADETUR.

Figura 16: Rede Christalleriana da Rede de Governança ADETUR Campos Gerais conforme hierarquia



Fonte: elaborado pela autora

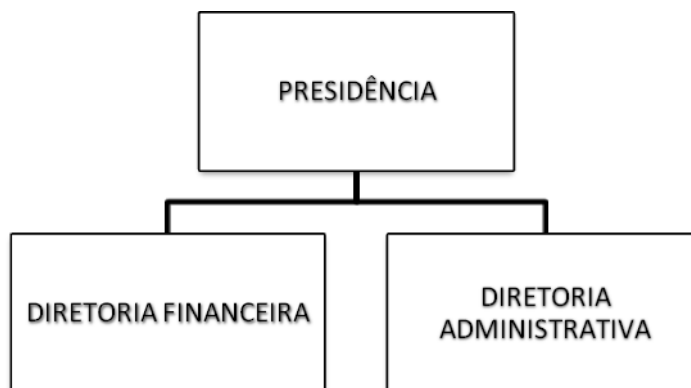
Considera-se a rede como christalleriana (CORRÊA, 2011), pois combina aspectos da rede dendrítica, de maneira hierarquizada *drenando* informações e recursos para as áreas periféricas e/ou regionais, ao mesmo tempo em que é solar por representar uma estrutura regional reunida na ADETUR que concentra as ações para o desenvolvimento regional do turismo.

A Agência foi criada dentro da esfera administrativa da Associação dos Municípios dos Campos Gerais – AMCG, a qual possibilitou condições fundamentais para a sua concepção e manutenção e foi reconhecida como a melhor instância de governança do Paraná. Os atuais atores que a Agência se relaciona são as prefeituras, os empresários, AMCG, SEBRAE e SETU/PR. Atualmente possui três setores: presidência, diretoria financeira e diretoria administrativa, conforme mostra a figura 17.

De acordo com Joboji (2016), a marca ‘Rota dos Tropeiros’ induz a um forte apelo ao turismo histórico-cultural e ao rural, mesmo o planejamento contemplando outros segmentos. O fato é que muitos empresários não se sentiram contemplados pela marca por não possuírem elementos concretos relacionados à temática

‘tropeira’ em seus empreendimentos e produtos.

Figura 17: Organização da ADETUR



Fonte: ADETUR. Nota: elaborado pela autora.

Esses empresários, segundo Joboji (2016), acreditavam que a região também possuía outros segmentos potenciais a serem desenvolvidos. Somente a história da formação territorial local não seria justificativa para a formação do produto turístico local já que em muitos municípios, o elemento ‘tropeirismo’ não aparece e/ou não se encontra materializado. Porém, como as ações estavam sendo realizadas para tornar o Projeto forte e único, esses empresários manifestavam interesse e participação, formando a transversalidade dos projetos como aponta Boudin (2006). Muitas ações foram propostas, algumas obtiveram êxito e outras deixaram de ocorrer.

Em 2008, o projeto Rota dos Tropeiros passou por avaliação promovida pelo SEBRAE-PR, entre os meses de abril a junho, envolvendo 163 empresários da região dos Campos Gerais. Essa avaliação foi chamada de ‘Diagnóstico Turístico Empresarial Rota dos Tropeiros’ objetivando, de maneira sistemática, o conhecimento da atual situação das micro e pequenas empresas do setor de turismo e hospitalidade, buscando uma visão ampla e segura sobre a organização destas empresas e suas relações com o Projeto. O SEBRAE-PR buscou auxílio de consultores como Yure Lobo e Luciano Oliveira, ambos já haviam trabalhado no projeto da Rota dos Tropeiros³⁷.

O resultado apontou a necessidade dar um novo *norte* ao projeto para sua continuidade. De acordo com Joboji (2016), era imprescindível um consenso entre

³⁷ Segundo Nádia Terumi Joboji, em entrevista.

os empresários e parceiros do Projeto. Foi então que, em 30 de junho do mesmo ano, foi realizada uma oficina denominada 'Oficina de Reposicionamento da Rota dos Tropeiros', conduzida por um especialista em planejamento estratégico e contou com a participação de representantes das entidades parceiras, integrantes da diretoria da Agência Rota dos Tropeiros e representantes dos municípios que integram o Projeto. Contou também com a participação de outros consultores ligados a Rota dos Tropeiros por terem uma visão de *produto e destino turístico* ofertado ao mercado.

Por meio dessas ações (diagnóstico e oficina), a ADETUR e parceiros verificaram a necessidade de ações para fortalecer a Rota dos Tropeiros como produto turístico e não como região turística como estava sendo trabalhado o Projeto. De fato, perceberam que ocorreu um desenvolvimento turístico regional, mas os empresários do setor não visualizavam isso como resultado de ações promovidas pelo projeto Rota dos Tropeiros já que não o identificaram como produto, mas sim como resultado da regionalização turística. Como projeto, a nível institucional, sua marca teve grande reconhecimento nacionalmente, mas como produto turístico, não se consolidou. Devido a isso, os participantes da Oficina propuseram mudanças estratégicas para a comercialização da Rota dos Tropeiros.³⁸

Segundo Joboji (2016), na época, se pensava que seria necessário investir esforços contínuos e conjunto para reforçar o nível de desenvolvimento comercial trabalhando a Rota como produto e não região turística, reforçando as ações comerciais. Entretanto, a região dos Campos Gerais possui diversos outros produtos turísticos, entre atrativos e serviços que não estavam sendo contemplados pelo Projeto em nível de produto. Para ela:

Por mais que o projeto Rota dos Tropeiros tenha sido concebido, tendo em vista como um conjunto de 16 municípios com afinidades culturais, sociais e econômicas, tinha o objetivo de organizar e desenvolver a atividade turística regional de forma sustentável, por meio da integração desses municípios. Seu propósito era consolidar uma atividade regional, como um parque temático, o qual propunha articular os serviços e produtos existentes no trajeto, criando, formatando e diversificando-os, sendo agrupados em quatro linhas temáticas, sendo elas: História e Cultura, Natureza e Aventura, Saúde e Bem estar e Fé e Misticismo. Mas o nome Rota dos Tropeiros é extremamente forte e induz o consumo de produtos ligados ao tropeirismo e a questão histórico-cultural, o qual é retratado na própria marca. (JOBOJI, 2016)

³⁸ Nádia Terumi Joboji, em entrevista

Determinados lugares como produto tem valor turístico quando se aproximam ao máximo de sua originalidade, de sua função, uso histórico, social, ambiental, etc (VALLS, 2006) e os turistas devem perceber os traços que definem a personalidade da Rota. Entretanto, de acordo com Barros (2014), a pesquisa de demanda da Rota dos Tropeiros demonstrou que os turistas não perceberam esses traços, pois, não sabiam que estavam na *Rota*.

Além da tentativa de transformar a Rota dos Tropeiros em produto, muitas ações promovidas pela ADETUR não tiveram o êxito esperado. As dificuldades se agravaram no ano de 2010 com os problemas financeiros que quase levaram a entidade à falência. A saída encontrada foi a formalização de um convênio entre a entidade e a AMCG, estipulando um repasse financeiro mensal para a Agência. A situação se deu pelo fato da entidade ter dificuldades em obter recursos financeiros que garantam sua sustentabilidade. (BARROS, 2014).

Tendo dificuldades para prosseguir com as ações, seus dirigentes sentiram a necessidade novamente de realizar um levantamento mais aprofundado da situação atual da Agência e sua relação com seus parceiros e municípios. Foi quando o SEBRAE-PR organizou um novo estudo e uma nova 'Oficina de Planejamento Estratégico: *Business Model Generation (CANVAS)*' realizado no dia 30 de abril de 2014, no Parque Histórico de Carambeí/PR.

No estudo, Rodrigo Barros, consultor do SEBRAE-PR propôs um novo diagnóstico sobre a Agência Rota dos Tropeiros entrevistando, outra vez, os distintos atores envolvidos com a Agência, representantes dos Municípios e empresariado. Nesse segundo estudo foi realizado o resgate histórico, as percepções gerais dos participantes, diagnóstico e mapeamento.

De acordo com relatório da ADETUR, algumas ações foram realizadas por parte da Agência Rota dos Tropeiros desde a sua criação em 2007, como: Divulgação de Roteiros turísticos; Passaporte da Rota dos Tropeiros; Qualificada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP pelo Ministério da Justiça Projeto Coleção Campos Gerais de Artesanato, em sua segunda edição; Coordenação do Grupo Gestor de Turismo de Ponta Grossa; Participação no Conselho Municipal de Turismo de Ponta Grossa, na Câmara Técnica do Programa de Regionalização do Turismo da SETU/PR e do Conselho da APA da Escarpa Devoniana; Participação No Compac e Conselho de Entidades de Ponta Grossa; Apoio na Implantação de Totens Turísticos em alguns municípios da região;

Guias/catálogos turísticos da Rota dos Tropeiros; Articulação no Projeto Olá, Turista! - Fundação Roberto Marinho; Oficina sobre Inventário Turístico para os gestores municipais; Encontro de Novos Secretários e Dirigentes Municipais de Turismo, Cultura e Esportes dos Campos Gerais - 2013; Três edições do Concurso de Fotografia “Imagens dos Campos Gerais” em parceria com a AMCG; Coordenação regional para participação em eventos tais como: Salão Brasileiro de Turismo, Mostra das Regiões Turísticas do Paraná, Festival Internacional de Turismo; Assessoria técnica aos gestores municipais de turismo e apoio na formação de redes empresariais nos municípios; Participação como Representante das instâncias de governança do Brasil na Oficina Nacional de Remapeamento Turístico em Brasília no ano de 2013; Planejamento Estratégico e de Marketing para a entidade; Projeto de Sinalização Rodoviária da Rota dos Tropeiros; Programa “Inspira” da BRF (Brasil Foods). (BARROS, 2014) 1º Salão do Turismo dos Campos Gerais (box 1), Coleção *Campos Gerais* de artesanato, 1º Seminário de Turismo Rural dos Campos Gerais.

BOX 1 - 1º Salão do Turismo dos Campos Gerais.

A cidade de Ponta Grossa sediou nos dias 27 a 30 de agosto a primeira edição do Salão de Turismo dos Campos Gerais. O evento foi realizado no Shopping Palladium tendo como slogan, "A vida é muito curta para viajar apenas nas férias. Descubra os Campos Gerais", recebeu cerca de 5 mil pessoas e foi considerado um sucesso pela ADETUR.

O Salão de Turismo dos Campos Gerais foi organizado pela ADETUR, Fundação Municipal de Turismo de Ponta Grossa - FUMTUR, Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau - PGCGC&VB e SEBRAE-PR.

O evento teve a participação de expositores do trade turístico e principais atrações da região, apresentando uma diversidade de produtos como o artesanato, as manifestações culturais e a gastronomia. Durante o evento, foram apresentados casos de sucesso, aula show de gastronomia com releitura de pratos típicos, comercialização e promoção de destinos com foco regional.

Figura 18– 1º Salão do Turismo dos Campos Gerais



Fonte: www.facebook.com/salaodeturismocamposgerais/photos/

Devido à grande repercussão do evento, no ano de 2016 o I Salão teve espaço no Festival Internacional de Turismo das Cataratas (FIT), considerado o segundo maior festival do gênero da região sul.

Linha do tempo

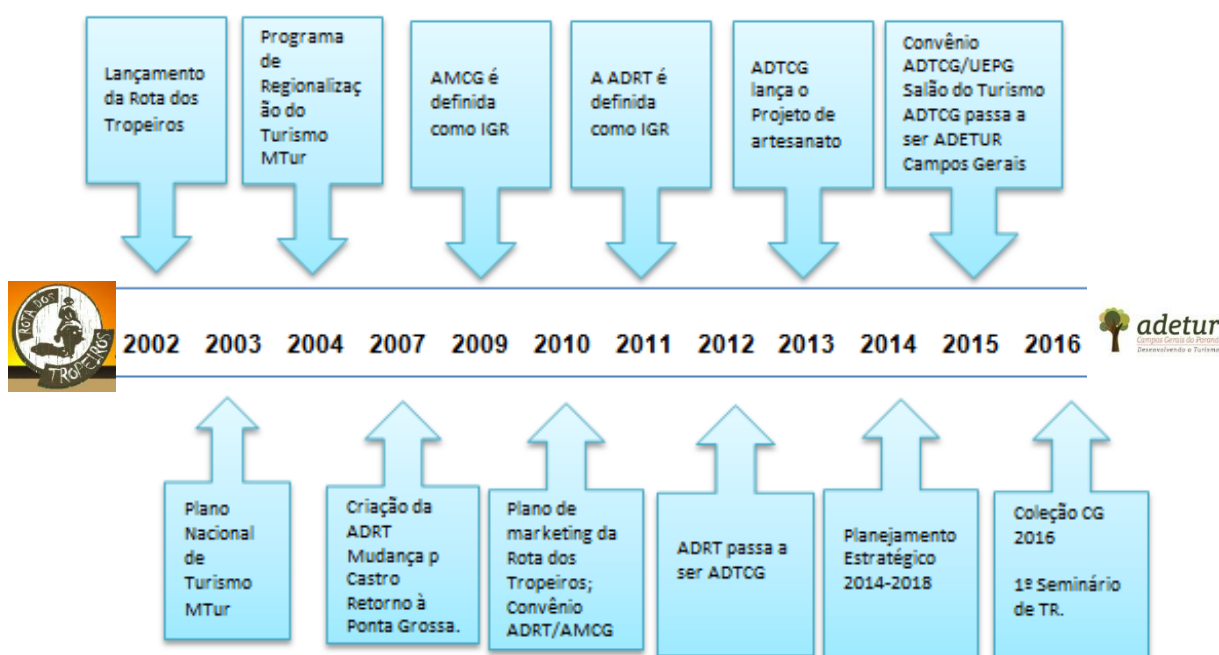
- 2002 – É lançada a rota dos tropeiros como projeto;
- 2003 – Os planos passam a ser geridos conforme o Plano Nacional de Turismo do Ministério do Turismo;
- 2004 – Os Projetos passam a ser elaborados conforme o Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo;
- 2007 – Criação da ADTCG / Rota dos Tropeiros; A Agência passa a funcionar no município de Castro, mas retorna, no mesmo ano para a sede da AMCG, em Ponta Grossa;
- 2008 - Diagnóstico Turístico Empresarial Rota dos Tropeiros e Oficina de Reposicionamento;
- 2009 – A AMCG é definida como Instância de Governança Regional – IGR;
- 2010 – Ocorre o desenvolvimento do plano de marketing da Rota dos Tropeiros e o Convênio ADTCG/AMCG;
- 2011 – A ADTCG é definida como Instância de Governança Regional – IGR;
- 2012 - A ADTCG passa a ser Agência de Desenvolvimento do Turismo dos Campos Gerais – ADTCG;
- 2013 – A ADTCG elabora o Projeto de Artesanato com objetivo de fomentar a

produção e comercialização do artesanato regional; 2014 – Elaboração e lançamento do Plano Estratégico 2014 – 2018.

2015 – Elaboração do Convênio ADTCG/UEPG para o levantamento do Turismo Rural nos Campos Gerais; Realização do 1º Salão do Turismo nos Campos Gerais; A ADTCG passa a ser ADETUR Campos Gerais;

2016 – Lançamento do Projeto Coleção Campos Gerais 2016 com artesanatos locais; Realização do 1º Seminário de Turismo Rural dos Campos Gerais.

Figura 19: Linha do tempo – ADETUR Campos Gerais



Fonte: BARROS, R. Planejamento Estratégico 2014/2018, (2014).

Nota: atualizada pela autora.

A Agência passou por profundas transformações desde o início da sua criação. Inicialmente, o foco da entidade era a Rota dos Tropeiros.

Nesta época imaginava-se que o papel da ADRT³⁹ seria a articulação de ações que contribuíssem para o sucesso do produto Rota dos Tropeiros. Com o passar do tempo e o insucesso da Rota dos Tropeiros enquanto produto, aliado ao Programa de Regionalização do Turismo e o seu formato para a região dos Campos Gerais a IGR, conforme Resgate Histórico precisou mudar seu foco de atuação, o qual até o presente momento não está totalmente definido, sendo um dos pontos na já argumentada falta de percepção de valor da sociedade em relação aos propósitos da ADRT. (BARROS, 2014, p. 43).

³⁹ Atual ADETUR Campos Gerais

De acordo com Karen Kobilarz⁴⁰, a agência foi criada para ser um ‘braço’ comercial. Posteriormente, verificou-se que esse fato era equivocado, pois, a região ainda não estava pronta para ser comercializada como produto turístico. Não cabia a Agência essa comercialização e sim, ao setor privado. Antes de comercializar, era necessário um trabalho técnico, o qual, não foi realizado. Dessa forma, ocorreu intervenção da rede em maior ou menor grau (CORRÊA, 2011), alterando as velhas e novas interações.

Com o desgaste da imagem e por não demonstrar de maneira clara a sua missão uma vez que, até então se acreditava que caberia a Agência a comercialização dos roteiros, com o passar do tempo os dirigentes da Agência perceberam que era necessário um trabalho anterior ao da comercialização, uma preparação para posterior comercialização por parte da iniciativa privada.

Na visão de Joboji (2016), os municípios não se tornam atrativos quando individualizados. Para ela, a regionalização é um fator que contribui para agregar a gama de variedades turísticas, por isso é necessário conhecer as características das localidades, já que cada município possui suas particularidades, e que não deve ser *inventado* algo que não esteja evidenciado na memória das pessoas. O turismo contribuirá para o desenvolvimento local e para a melhoria da qualidade de vida daqueles que ali vivem, não se limitando a satisfação exclusiva do turista, causando prejuízos ao meio ambiente e às comunidades envolvidas.

Atualmente, a Agência concentra seus esforços em atuações diretas para o turismo nos municípios dos Campos Gerais, e indiretas para com os empresários interessados no desenvolvimento territorial do turismo. Seus parceiros são os empresários dos setores de agências e operadoras de turísticas, associações, artesanato, eventos, gastronomia e meios de hospedagem, num total de 12 empresas.

Para ganhar credibilidade, é necessário que a entidade consiga demonstrar o valor de sua proposta junto aos empresários, assim como, em ações concretas junto aos municípios que fazem parte da sua instância de governança. (BARROS, 2014)

O estudo do SEBRAE-PR demonstrou que é evidente que a entidade tem dificuldades em demonstrar os seus objetivos, além da falta de recursos e da

⁴⁰ KOBILARZ, Karen. Gerente da ADETUR. Entrevista concedida a autora, em 28 de fevereiro de 2014.

dependência de parceiros. Sua maior dependência é em relação à AMCG⁴¹, responsável pelo repasse financeiro mensal e do fornecimento de toda a estrutura física necessária ao funcionamento da entidade. A entidade exerce pouca representatividade e não consegue demonstrar claramente seus objetivos e resultados de ações aos interessados, ou seja, mostrar a razão de sua existência e benefícios concretos. (BARROS, 2014)

Devido à escassez de recursos, é impossível contratar serviços técnicos para execução dos projetos de programas criados pela entidade, impedindo seu reconhecimento como entidade agregadora de valor. (BARROS, 2014)

De acordo com Barros (2014), o estudo evidenciou que mesmo sendo reconhecida pelo MTur como a Governança de Turismo dos Campos Gerais/PR, isso não é suficiente para a competitividade e agregação de valor da entidade. Esse reconhecimento pode ser considerado como um diferencial, mas, sem uma gestão estratégica não tem credibilidade.

Segundo Barros (2014), a Agência cumpre seu papel na cooperação mesmo que de maneira fraca. A análise realizada propõe que haja mais união entre os municípios para que a Agência possa comprovar os benefícios de sua natureza, existência e atuação.

Como pontos positivos, a entidade consegue demonstrar resultados apreciáveis com ações de articulação, principalmente com outras entidades e municípios e desempenha muito bem seu papel na promoção do turismo. Na promoção junto ao mercado, desempenha seu papel de maneira satisfatória, elaborando materiais de qualidade para divulgação da região, participando de eventos estratégicos do setor turístico. Porém, essas ações são pouco mensuráveis, quase imperceptíveis frente aos municípios. (BARROS, 2014)

Como resultado do diagnóstico, foram levantadas as seguintes debilidades: a falta de recursos humanos e financeiros, a falta de percepção de valor pela sociedade em geral, falta de participação dos gestores e empresários do setor de

⁴¹ A mensalidade da AMCG, em 2012, era de R\$ 1.500,00 + recursos humanos e físicos, como: sala na sede da AMCG; telefone fixo, telefone celular, fax, internet, café para reuniões, recursos para feiras (hospedagem, transporte e alimentação); recursos para projetos pontuais (tais como arte para mapa regional); combustível, pedágio, carro; secretária; assessoria de imprensa; Quando necessário há um carro da AMCG que permite o deslocamento dentro da região e/ou em Curitiba, porém, ele não fica à disposição da entidade, tendo que atender as demais necessidades da AMCG, cabendo a ADETUR utilizar apenas quando não houver outra demanda. Os custos do mesmo são custeados pela AMCG. (BARROS, 2012). Atualmente, a receita da Agência é de R\$ 2.700,00 (informação prestada pela Gerente Karen Kobilarz). Os empresários contribuem com R\$ 720,00 mensais.

forma mais ativa nas ações e projetos articulados pela entidade, dependência financeira de parceiros, falta de estratégias consistentes. (BARROS, 2014)

Também não há uma definição clara das funções dos colaboradores da ADETUR, como o quadro atual dos funcionários é limitado contando apenas com 01 funcionária⁴² registrada, responsável para resolver questões internas, acaba centralizando a tomada de decisões. A diretoria além a função de um *conselho deliberativo*, limitando-se a decisões de interesse interno. (BARROS, 2014)

Como sugestão, a análise realizada pelo SEBRAE-PR sugere que a Agência deve realizar ações de articulação que vão além das parcerias e promoções, como ações de alto impacto e valor agregado, visando à qualificação e estruturação dos produtos turísticos existentes nos municípios. (BARROS, 2014)

O espaço territorial de ação da Agência possui uma diversidade cultural e indiscutível riqueza de paisagens naturais, além de vasto campo para o desenvolvimento do turismo de negócios e eventos. Grande parte dos envolvidos no planejamento turístico tem uma visão inexata sobre o turismo, focando apenas no turismo de lazer, fazendo com que as ações não tenham o êxito esperado. Esse fato justifica, segundo Barros (2014), a desmotivação dos atores envolvidos.

Apos a realização do diagnóstico sobre a situação da Agência ADETUR, o resultado foi apresentado em 30 de abril de 2014, numa *Oficina de Planejamento Estratégico: Business Model Generation (CANVAS)*, no Parque Histórico de Carambeí/PR, com a participação de representantes de municípios dos Campos Gerais/PR, agentes e instituições diversas e a diretoria da Rota dos Tropeiros. O objetivo foi fazer uma análise da estrutura da Instância de Governança Regional, identificando seus pontos fortes e fracos. (BARROS, 2014)

Na ocasião, foram sugeridas sete dimensões sobre o tema governança e o índice macro de competitividade, levando-se em consideração o Plano Estratégico da SETU/PR, para melhor fluidez dos projetos da ADETUR. São eles: Organização e Gestão Interna, Representatividade/Cooperação dos Atores, Planejamento e Gestão do Turismo na Região, Articulação, Promoção e Articulação com o Mercado, Comunicação e Mecanismos de Sustentabilidade. (BARROS, 2014)

A produção da fluidez é uma ação conjunta do poder público e do setor

⁴² Tem formação em Turismo, pós-graduada em gestão pública, desenvolve ações na área de projetos e captação de recursos. Está cursando MBA em Gestão Estratégica, além de cursos de atualização nas áreas de gestão de empresas e planejamento turístico.

privado, cabendo ao Estado, diretamente ou por conexões, promover o território dos macrossistemas técnicos sem os quais as demais técnicas não se concretizam. No setor privado, as empresas, isoladamente ou associadas, constituem redes privadas, cuja geografia e funcionalização satisfazem ao seu próprio interesse mercantil. (SANTOS, 2006)

Internamente, a Agência desempenha funções favoráveis, ou seja, é organizada internamente, ao passo que, em suas relações externas se mostra frágil e necessitando ser mais clara em seus objetivos. Segundo Barros:

O desempenho nas variáveis - “relações internas” e “compartilhamento de informações” - reforçam esta percepção, uma vez que se alinham com o operacional da Agência. Estas análises reforçam a hipótese de que a entidade possui competências internas relativamente bem desenvolvidas. Ou seja, no escopo de atuação relacionado a questões legais, documentais e de relacionamento interno para compartilhamento de informações, a entidade desempenha suas funções, para o presente momento, de maneira satisfatória. Entretanto, ao analisar os Fatores Críticos - “desempenho”, “recursos”, “benefícios para as empresas (associadas)” e “participação da governança (externa)” - nota-se a fragilidade da organização. (BARROS, 2014, p. 39).

O relatório final afirma que a Agência possui fragilidades em pontos considerados essenciais para a sua atuação como agência de governança. Essas fragilidades vão desde as formas de participação dos atores locais até elementos que contribuem efetivamente para o crescimento das vendas do destino. A ADETUR tem dificuldade em trabalhar a transversalidade considerada como o sistema de trocas e de interações entre os atores.

A análise dos resultados e percepções gerais indica que a ADETUR tem destaque nos termos de legalidade, gerenciamento e legitimidade (organização interna). Todavia, demonstra fraquezas e limitações nítidas na atuação técnica por falta de estratégias definidas, falta de recursos humanos e financeiros para êxito das ações propostas pela governança. (BARROS, 2015). Esse conjunto de elementos pode ser o sustentáculo material dos processos dominantes (CASTELLS, 1999) que faltou à entidade para sustentar os fluxos e possibilitar a sua articulação.

O papel da governança não é tarefa fácil, pois envolve a resolução de problemas inéditos (PIRES et. al., 2011) por meio de projetos (BOUDIN, 2001) e envolve negociação. Segundo Bourdin (2001), negociar não é a alocação de recursos, mas a anuência de uma transformação da ordem, disponibilizar equipes capazes de conduzir uma política em escala de um setor, porém, uma ação difícil de

fazer.

Antes conhecida como Agência da Rota dos Tropeiros, a ADETUR atual precisou interromper suas ações, analisar seus resultados e, juntamente com seus parceiros, pautar suas futuras ações focando em resultados e em perspectivas. Necessitou ainda, alterar sua missão e sua visão antiga, uma vez que a Rota dos Tropeiros não alcançou o êxito esperado como produto. Outro fator que favoreceu a mudança foi o próprio Programa de Regionalização do Turismo que exigiu um formato regional de governança para os Campos Gerais, a Instância de Governança Regional - IGR, alterando o nome *Agência Rota dos Tropeiros* para *Agência de Desenvolvimento do Turismo - ADETUR Campos Gerais*.

No site da Rota dos Tropeiros estão apresentadas:

Antiga Missão: “Estimular a demanda de produtos turísticos por meio de ações de marketing integrado, propostas e projetos que gerem recursos para o desenvolvimento sustentável dos municípios envolvidos”.

Antiga Visão: “Ser reconhecida como gestora do desenvolvimento Sustentável e sucesso mercadológico dos produtos turísticos na Rota dos Tropeiros”. (ROTA... 2016)

Com base nos estudos e no planejamento participativo, chegou-se a nova abordagem:

Nova Missão: Fomentar o Desenvolvimento do Turismo Sustentável e incrementar a competitividade dos destinos visando o fortalecimento da economia regional.

Nova Visão: Consolidar-se como referência em prol do Desenvolvimento técnico e sustentável do Turismo Regional.

Valores: conhecimento, organização, ética, sinergia, parceria, competitividade, governança regional, inovação. (BARROS, 2014, p. 43).

A ADETUR passou a dar importância a projetos de inovação de forma objetiva buscando maior envolvimento dos parceiros, prefeituras e entidades, procurando apoio técnico para desenvolvimento do turismo, enquanto atividade econômica e social.

Segundo Joboji (2016), é necessário que cada município desenvolva seus produtos e formatem os seus roteiros para serem oferecidos de maneira regional. Para isso, é necessário que o produto turístico possua qualidade, sendo devidamente bem elaborado, planejado, dimensionado, pois o caminho entre o potencial e o produto exige uma série de esforços conjuntos para se alcançar os resultados desejados de comercialização dentro de uma política de marketing forte.

A ADETUR tem buscado inovações com novos produtos com característica

regional. Estão apoiando iniciativas de municípios com representatividade nos Campos Gerais como Carambeí, que desenvolve a gastronomia comercializando tortas de origem holandesa, Castro com seus atrativos culturais e Tibagi com seus roteiros de aventura.

O território turístico na região dos Campos Gerais é fragmentado conforme aponta Haesbaert (2004), e os elementos que representam esses territórios são o que os difere dos demais. É a materialidade do território como a formação histórica, econômica, natural e cultural. (SANTOS, 2006).

Além disso, para a formatação de produtos a ADETUR e o SEBRAE-PR passaram a aliar, de forma mais concreta, as suas ações com as ações da governança estadual lançando o 'Selo de Qualidade no Turismo do Paraná – Ciclo 2016-2017'.

O evento ocorreu no dia 31 de maio de 2016 no escritório regional do SEBRAE – PR, em Ponta Grossa/PR, tendo como finalidade “Estimular a competitividade através da melhoria da gestão do negócio e da qualidade dos serviços prestados pelas empresas do setor turístico paranaense” (JOBOJI, 2016).

Esse Programa conta com a participação dos meios de hospedagem e empreendimentos de gastronomia com interesse turístico, agências de receptivo, transportadoras turísticas e locadoras de veículos e empresas organizadoras de eventos. Para 2017, a região dos Campos Gerais pretende "selar" ao menos 10 empresas.

Como visto nessa sessão, a ADETUR busca promover o desenvolvimento do turismo regional, porém sua atuação ainda é anêmica devido a várias situações, entre elas a dependência do poder público e a falta de articulação entre os agentes envolvidos nos projetos. A próxima seção apresenta a governança em turismo existente na região de Aragão, Espanha e o modelo de gestão desenvolvido pela entidade.

4.2.2 Federación Aragonesa de Asociaciones de Turismo Rural - FARATUR

A oferta de serviços de turismo em Aragão se desenvolve em torno de uma importante estrutura associativa formada por pequenas associações marcadamente territoriais que juntas formam *la Federación Aragonesa de Asociaciones de Turismo Rural* – FARATUR. Essa instância de governança trabalha de forma conjunta com a administração pública, especialmente no segmento de turismo rural.

Criada em 1996, a FARATUR é uma associação independente, sem fins lucrativos, que representa o setor frente às instituições públicas e entidades sociais, formada por proprietários de empreendimentos de turismo rural e que oferece aos sócios serviços de promoção e assistência técnica, divulgação em eventos e feiras de turismo, elabora materiais promocionais, promove divulgação pela Internet⁴³, disponibiliza informações aos proprietários rurais, inclusive tendo como uma das suas ferramentas um blog informativo. Além dessas ações, representa e faz a interlocução da classe no Conselho Superior de Turismo de Aragão, nas câmaras de comércio, grupos LEADER, na Associação Espanhola de Turismo Rural – ASETUR⁴⁴ e nas redes de desenvolvimento rural. (DOSSIER..., 2016).

Esse modelo de governança em forma de associações de turismo rural foi estimulado por alguns fatores como o modelo rural da oferta de hospedagem, o desenvolvimento do setor nos anos de 1980 e 1990 e pela existência de políticas estruturais comunitárias que vinculavam o apoio ao desenvolvimento rural e a criação de estruturas associativas de âmbito local de acordo com o programa LEADER que será visto mais a frente. (TURISMO..., 2016).

Atualmente, existem em Aragão doze associações que reúnem as Viviendas de Turismo Rural, casas rurais e apartamentos turísticos. Viviendas são imóveis submetidos ao regime de propriedade horizontal, casas familiares isoladas ou pertencentes a complexos imobiliários privados, que são cedidas de modo temporal por seus proprietários, direta ou indiretamente a terceiros, para hospedagem turística, mobiliadas e equipadas em condições de uso imediato, comercializadas ou promovidas em canais de oferta turística e com finalidade lucrativa. (EL REGLAMENTO..., 2016).

Para o funcionamento as ‘Viviendas’ devem fornecer, de forma permanente e adequada, água fria e quente em seus sanitários, energia elétrica e calefação automática durante todo o período de estadia dos hóspedes. (EL REGLAMENTO..., 2016).

Quanto às associações, elas têm alto nível de autonomia quanto a sua gestão e funcionamento, são elas: Associação Alternativa Rural, Associação

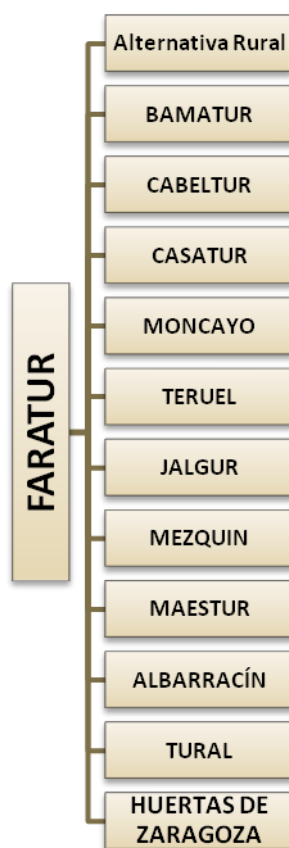
⁴³ Página da FARATUR na web e redes sociais.

⁴⁴ A ASETUR é uma associação sem fins lucrativos, com personalidade jurídica própria que está integrada por entidades associativas de turismo rural de âmbito regional e local em todo o território Espanhol. As associações tem o papel de fomentar o desenvolvimento do turismo rural em cada um dos seus territórios regionais, tanto no apoio e na criação da oferta turística, como de atividades complementares. (ASETUR, 2016)

BAMATUR, Associação de Turismo Rural Campo de Belchite (CABELTUR), Associação CASATUR, Associação de Casas Rurais del Moncayo, Associação de Turismo Rural Comarca de Teruel, Associação JALGUR, Associação MAESTUR, Associação de Viviendas de Turismo Rural Sierra de Albarracín, Associação Turismo del Mezquin, Associação TURAL e Associação Huertas de Zaragoza.

Conforme apresenta a figura 20, essas associações estão integradas junto a FARATUR, que constitui a governança que engloba a maior parte da oferta de hospedagem de turismo rural em Aragão, que, de acordo com a entidade, dá suporte e contribui para impulsionar o crescimento e a consolidação do setor turístico, atualmente.

Figura 20: Rede Christalleriana da Rede de Governança FARATUR



FONTE: Elaborado pela autora.

A FARATUR é a instância de governança que representa a Comunidade de Aragão. As demais Comunidades Autônomas também possuem suas instâncias de governança que, unidas formam a Asociación Española de Turismo Rural – ASETUR, entidade que representa o turismo rural frente à TURESPAÑA⁴⁵. Ver a

⁴⁵ TURESPAÑA é o órgão nacional de Turismo responsável pelo marketing da Espanha no mundo e

figura 21.

Figura 21: Rede de Governança ASETUR



Fonte: Jesus Marco Lucia, em entrevista.
Nota: organizado pela autora.

O papel das associações, de acordo com Lucia (2016)⁴⁶, é o de contribuir na formação profissional dos proprietários rurais trabalhando os temas de qualidade, de atenção ao turista e de formação básica. Na FARATUR, essa formação dos proprietários rurais se dá por meio de aulas em formato de oficinas presenciais em diferentes lugares do território aragonês. Os cursos abordam a atenção ao cliente, manutenção dos empreendimentos e o aproveitamento do espaço rural para uso turístico. Como exemplos, orientam como trabalhar com a ornitologia, a botânica, o montanhismo, entre outros.

A associação é mantida pelos sócios por meio de cota (parcela em dinheiro) e por convênios com a administração pública, além da venda de espaços na página *on-line* da FARATUR. (LUCIA, 2016)

Uma vez feita, nos custou a primeira que fizemos, 50 mil euros ou uma coisa assim, nos custou a web. Compramos os espaços nos EUA e outro na Europa e temos colocado em dois lugares diferentes, pois se em algum lugar tem uma guerra ou algo, não cai. Tem-se sempre. Então, temos dois pontos da web, colocado em dois lugares. Somos administradores e temos

de criar valor para o setor turístico impulsionando a sustentabilidade econômica, social e ambiental dos destinos nacionais. Sua missão é desenvolver estratégias e coordenar os atores públicos e privados.

⁴⁶LUCIA, Jesus, Marco. Presidente da FARATUR. Entrevista concedida a autora, em 10 de fevereiro de 2016.

as pessoas que a manejam. E logo, tudo o que tem uma web particular podem colocar no espaço, nós temos os sócios e permitimos colocar aí... Vendemos espaço para promoção. (LUCIA, 2016)

O governo aragonês tem firmado anualmente convênios com a FARATUR com o objetivo de realizar ações de promoção turística como assistência em feiras nacionais e europeias especializadas em turismo; confecção de material de promoção turístico impresso, folhetos, inserção de anúncio em revistas e periódicos, etc.; jornadas de sensibilização de sistemas de qualidade; ações de formação no tema qualidade; realização de cursos de formação em matéria de novas tecnologias. Os valores repassados variam de € 30.291,00 a € 110.000,00 euros.

Por meio da associação se realizam também compras coletivas como de pacotes de seguro, por exemplo.

Nós temos um importantíssimo seguro, um seguro de turismo rural que leva incorporado acidentes, danos na casa e leva incorporada responsabilidade civil. Além disso, todos os sócios têm, nesse momento, um seguro de responsabilidade civil, comprado, pago de cem milhões de euros, cem milhões para fins de turismo que se ocorrer algo, temos cem milhões. A parte, das casas em particular, temos uma geral, isso se paga também com a cota da associação... em conjunto se paga menos. Nós... nesse momento, me parece que de 45 mil leitos, estamos pagando 6 mil euros. Muito pouco, muito pouco. Os custos vêm de um fundo comum e todo o dinheiro que entra, colocamos no fundo e vamos gastando com cuidado o dinheiro do grupo. (LUCIA, 2016)

Os membros da associação se reúnem 2 a 3 vezes ao ano e em eventos informais como jantares. No dia a dia, se mantém em contato por meio de correio eletrônico constantemente. A sede da associação está localizada atualmente em SantaVieja, em Teruel. Conta com uma funcionária técnica. (LUCIA, 2016)

Ambas as associações apresentadas formam uma rede geográfica. A rede geográfica é o conjunto de relações humanas articuladas entre si por meio de vias e fluxos, sendo uma construção social delineada espacialmente numa instância comum (CORRÊA, 2011) e com regras, valores e normas (MAILLAT & GROSJEAN, 1999). Na próxima sessão descrevem-se as redes geográficas de ambas as governanças conforme o modelo proposto por Corrêa (2012).

4.3 AS REDES GEOGRÁFICAS: ADETUR E FARATUR

Para a presente tese, analisou-se o processo de formação territorial das Instâncias de Governança da região dos Campos Gerais e da Comunidade Autônoma de Aragão, considerando a existência de colaboradores (agentes públicos e privados) de maneira integrada considerando a rede geográfica nas dimensões de análise organizacional, temporal e espacial propostas por Rodrigues (2011), conforme o quadro 5.

Essa metodologia foi aplicada pela primeira vez por Rodrigues (2011) em sua tese de doutorado em Geografia, intitulada 'O Poder da Rede na Materialização de Programas De Desenvolvimento Rural: Território da Cidadania Região Central/RS' e teve como objetivo geral investigar como ocorre a materialização do Programa Territórios da Cidadania na Região Central do Estado do Rio Grande do Sul, utilizando como objeto de estudo as ações do Projeto Esperança/Cooesperança (COOESPERANÇA), da Cooperativa de Prestação de Serviços Técnicos (COPETEC) e da Cooperativa Regional da Reforma Agrária Mãe Terra (COPETERRA), organizações cooperativas que realizam um importante trabalho social e econômico na projeção do desenvolvimento rural.

O que diferencia a presente tese desse trabalho é a abordagem de território integrado proposto por Haesbaert (2004) e o método de análise das entrevistas, por meio de evocações, proposto por Bardin (2004) e o método de investigação DAFO, proposto por Crosby (2009), a análise de duas redes de governança, ADETUR e FARATUR localizadas em espaço territorial distante entre si e a incorporação do turismo rural.

Optou-se como método a rede geográfica proposta por Rodrigues (2011) conforme quadro 07, devido a ADETUR e a FARATUR serem consideradas redes sociais, levando-se em consideração a espacialidade, o estudo regional, suas construções e relações humanas envolvendo os aspectos sociais e de cooperação e elaboramos dois quadros representativos de ambas as redes. (Ver quadros 08 e 09).

Nos termos utilizados na rede, a dimensão organizacional compreende os agentes sociais e a origem das redes, a natureza e a finalidade dos fluxos e toda a organicidade. (CORRÊA, 2011).

Quadro 7: Sistema da atividade turística através das dimensões da rede geográfica.

The diagram consists of four ovals on the left, each representing a system: 'Sistema Social', 'Sistema Político', 'Sistema Econômico', and 'Sistema Ecológico'. Lines connect these ovals to specific rows in the 'Dimensão Organizacional' section of the table. 'Sistema Social' connects to 'Agentes sociais:'. 'Sistema Político' connects to 'Origem'. 'Sistema Econômico' connects to 'Função'. 'Sistema Ecológico' connects to 'Existência'.

Redes analisadas segundo		Especificação	Exemplos
Dimensão Organizacional	Agentes sociais:	Estado	Entes públicos e privados que participam:
		Empresas	
		Instituições	
		Grupos sociais	
	Origem	Planejada	Contexto em que se formou a rede
		Espontânea	
	Natureza dos fluxos	Mercadorias	Identificação do tipo de produto ou serviço prestado
		Pessoas	
	Função	Informações	Natureza dos serviços oferecidos
		Realização	
	Finalidade	Suporte	Recursos humanos e infraestrutura
		Dominação	
	Existência	Acumulação	Objetivo da rede, se dominação, lucro ou solidariedade
		Solidariedade	
Dimensão Temporal	Construção	Real	Articulada por canais de comunicação ou informação, apenas virtual
		Virtual	
	Formalização	Material	Elementos materiais e imateriais que unem fixos e fluxos
		Imaterial	
	Organicidade	Formal	Existência de estatuto, normas
		Informal	
	Duração	Hierárquica	Pontos que centralizam a emissão dos fluxos ou complementam outra rede
		Complementaridade	
Dimensão Espacial	Velocidade dos Fluxos	Longa	Início das atividades
		Curta	
	Frequência	Lenta	Estratégias de circulação de informações e produtos
		Instantânea	
	Escala	Permanente	Circulação de informações e produtos
		Periódica	
	Forma espacial	Ocasional	Abrangência da rede
		Local	
		Regional	
		Nacional	
	Conexão	Global	Projeção espacial da rede
		Solar	
		Dendrítica	
		Círculo	
		Barreira	
		Interna	
		Externa	Fluxos integrados, Fluxo pouco integrado

Fonte: RODRIGUES. S. de L. **O Poder da Rede na Materialização de Programas de Desenvolvimento Rural**: Território Da Cidadania Região Central/RS. Originalmente apresentada como tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Instituto de Geociências e Ciências Exatas. Campus de Rio Claro, 2011. 210 p.

De acordo com Rodrigues; Souza; Elesbão (2014), no contexto turístico, os “agentes sociais”⁴⁷ são os atores públicos e privados envolvidos na atividade turística conforme a escala, como associações, empresas e consórcios entre municípios. A diferenciação que se faz entre as redes de governança ADETUR e FARATUR nesse aspecto é que, na primeira, os agentes sociais são tanto do setor público como do privado, e na segunda os agentes são exclusivamente associações formadas por empreendimentos de turismo rural.

⁴⁷ Também chamados *stakeholders* (GLAESSER, 2008), (SANTANA, 2009) dentro do segmento de planejamento.

A 'origem' da rede relaciona-se a perspectiva política envolvendo as relações de poder que originaram a rede, podendo ser espontânea ou planejada. (RODRIGUES; SOUZA; ELESBÃO, 2014). Classificamos ambas as redes como planejadas, a ADETUR por ter sua origem na antiga Agência Rota dos Tropeiros e, posteriormente, tornou-se a rede de governança regional e a FARATUR, por ter sido criada para servir como órgão representativo das associações de turismo locais.

A 'natureza dos fluxos' envolve mercadorias, informação e pessoas. 'Mercadoria' pode ser um produto ou tipo de serviço prestado e integrado ao meio tecnológico acessível. As 'pessoas' são o público-alvo, turistas e/ou visitantes, abrangendo sua mobilidade e origem. O elemento 'informação' pode elucidar fatores de mobilização e de gestão das atividades dentro de uma associação ou governança. (RODRIGUES; SOUZA; ELESBÃO, 2014).

Dentro do sistema econômico da rede ADETUR, circulam informações e projetos que envolvem os atrativos naturais e culturais nos Campos Gerais. Dentro da FARATUR, esse sistema envolve pessoas (turistas), informações (órgão representativo da classe) e principalmente mercadorias, pois funciona como uma agência central de reservas dos meios de hospedagem.

No quadro, o termo 'função', compreende perceber se a governança promove ações de planejamento e sensibilização ou, apenas cria condições técnicas e materiais para a atividade turística. (RODRIGUES; SOUZA; ELESBÃO, 2014). A ADETUR apenas dá suporte e trabalha na promoção, mas não comercializa os destinos turísticos. Já a FARATUR comercializa produtos, auxilia na formação e dá suporte técnico.

Quadro 8: Sistema de atividade da ADETUR Campos Gerais através da rede geográfica

Redes analisadas segundo		Especialização	Exemplos
Dimensão Organizacional	Agentes sociais	Estado	Municípios, Empresários, Gestores Públicos Municipais, Terceiro Setor.
		Empresas	
		Instituições	
		Grupos sociais	
	Origem	Planejada	Por meio da Agência 'Rota dos Tropicais'
		Espontânea	
	Natureza dos fluxos	Mercadorias	Organização de trabalhos e elaboração de projetos que envolvam os atrativos naturais e culturais existentes nos Campos Gerais envolvendo a cadeia de Infraestrutura turística.
		Pessoas	
		Informações	
	Função	Realização	No início tinha por função formatar produtos turísticos (roteiros) e comercializá-los. Após reestruturação, objetiva a organização da rede, elaboração e execução de projetos técnicos e divulgação.
Suporte		01 funcionária fixa; sala na sede da AMCG; telefone fixo, celular internet, café para reuniões, recursos financeiros para feiras; recursos para projetos pontuais; combustível, pedágio, carro; secretária; assessoria de imprensa;	
Finalidade	Dominância	A ADETUR é a instância de governança que representa o turismo nos Campos Gerais, mesmo algumas prefeituras não participando ou não visualizando essa representatividade.	
	Acumulação		
	Solidariedade		
Existência	Real	Duas assembleias com associados ao ano. São apresentados relatório e o planejamento anual. Ocorrem Reuniões mensais com os secretários e dirigentes municipais. A diretoria participa quando há necessidade de tomada de decisões, informações são repassadas via e-mails e página web, porém, nem todos os municípios respondem ou levam em consideração as informações.	
	Virtual		
Construção	Material	É uma instância de Governança Regional – IGR que faz parte do PNT do MTUR, e está diretamente ligada a SETU/PR. Está ligada com os municípios que fazem parte da região através do território por meio das relações de poder, já que a mesma é a autoridade regional de turismo e entre os demais agentes e empresas por meio de convênio.	
	Imaterial		
Formalização	Formal	Formalizada por meio de ATA e eleição de uma diretoria.	
	Informal		
Organicidade	Hierárquica	Está ligada a SETU/PR que é quem comanda as instâncias de Governança Regional no Estado, e financeiramente está vinculada a AMCG e aos empresários vinculados a ADETUR. Liga-se aos municípios dos Campos Gerais para a realização das ações de interesse turístico.	
	Complementaridade		
Dimensão temporal	Duração	Longa	Tem duração longa, iniciou em 2002 com a Rota dos Tropicais, foi formalizada, em 2007, como Agência Rota dos Tropicais, 2011 é instituída como instância de Governança Regional, 2014 sofre reestruturação.
		Curta	
	Velocidade dos fluxos	Lenta	A troca de informações é lenta, assim como a divulgação da infraestrutura entre os parceiros. Falta de maior comprometimento entre os envolvidos na rede.
		Instantânea	
Frequência	Permanente	A frequência da rede é permanente, a sua reestruturação se faz necessária conforme a necessidade.	
	Periódica		
	Ocasional		
Dimensão espacial	Escala	Local	A ADETUR é uma instância de Governança Regional – IGR dos Campos Gerais, sendo de abrangência regional.
		Regional	
		Nacional	
	Forma espacial	Solar	A rede é christalleriana (CORRÊA, 2012), pois combina aspectos da rede solar e dendrítica, apresentando uma hierarquia.
		Dendrítica	
	Conexão	Círculo	Os fluxos são pouco integrados, falta maior participação dos envolvidos internos na rede. Externamente, está ligada a instância de governança estadual – SETU.
Interna			
	Externa		

Fonte: Rodrigues et al. (2014). Nota: Adaptado pela autora com base no relatório elaborado por Barros (2014).

Quadro 9: Sistema de atividade da FARATUR através da rede geográfica

The diagram illustrates the relationship between four social systems and the dimensions of the FARATUR network. On the left, four ovals represent the systems: Sistema Social, Sistema Político, Sistema Econômico, and Sistema Ecológico. Arrows point from these systems to specific dimensions in the table on the right: Sistema Social points to Dimensão Organizacional; Sistema Político points to Dimensão Organizacional and Dimensão temporal; Sistema Econômico points to Dimensão Organizacional and Dimensão espacial; and Sistema Ecológico points to Dimensão espacial.

Redes analisadas segundo		Especialização	Exemplos
Dimensão Organizacional	Agentes sociais	Estado	Associações formadas por empreendimentos rurais.
		Empresas	
		Instituições	
		Grupos sociais	
	Origem	Planejada	Foi criada em 1996 para representar a Comunidade Autônoma de Aragão e organizar as demais associações locais num único órgão representativo regional.
		Espontânea	
	Natureza dos fluxos	Mercadorias	Pela rede formada pela FARATUR circulam pessoas (turistas), e informações, visto que é o órgão que representa a classe de empreendimentos e auxilia na qualificação da mão-de-obra.
		Pessoas	
		Informações	
	Função	Realização	Realiza a comercialização de produtos, auxilia na formação dos produtos e da suporte técnico aos empreendedores.
		Suporte	
	Finalidade	Dominação	Promove a formação profissional, divulgação e comercialização, representa e faz a interlocução da classe no Conselho Superior de Turismo de Aragão, nas câmaras de comércio, grupos LEADER, na Associação Espanhola de Turismo Rural – ASETUR e nas redes de desenvolvimento rural.
		Acumulação	
		Solidariedade	
	Existência	Real	Formal: Os membros se reúnem 2 a 3 vezes no ano e em eventos informais como jantares entre associados, mas se mantém em contato por meio de correio eletrônico constantemente.
		Virtual	
Dimensão temporal	Construção	Material	A FARATUR é a instância de governança que representa a Comunidade de Aragão. As demais Comunidades Autônomas também possuem suas instâncias de governança que, unidas formam a <i>Asociación Española de Turismo Rural – ASETUR</i> , entidade que representa o turismo rural frente à <i>TURISPANA</i> .
		Imaterial	
	Formalização	Formal	Formalizada por meio de ATA e eleição de uma diretoria.
		Informal	
	Organicidade	Hierárquica	Os proprietários rurais estão ligados a associações locais que por sua vez estão integradas a FARATUR que está ligada a ASETUR que é o órgão que representa os proprietários rurais em todo o território espanhol.
		Complementaridade	
	Duração	Longa	Tem duração longa, iniciou em 1996.
	Velocidade dos fluxos	Lenta	A troca de informações é instantânea visto que estão conectados em página web, trocam e-mails e possuem um blog de informações diretas aos proprietários rurais. Têm a visão de que todos devem trabalhar em conjunto para melhor resultado.
		Instantânea	
	Frequência	Permanente	A frequência da rede é permanente, conforme alterações em normas e decretos, planos estratégicos de marketing, resultados de reuniões com demais redes.
		Periódica	
		Ocasional	
Dimensão espacial	Escala	Local	A FARATUR representa as demais associações de turismo rural existentes na Comunidade Autônoma de Aragão.
		Regional	
		Nacional	
		Global	
	Forma espacial	Solar	A rede é <i>christalleriana</i> (CORREA, 2012), pois combina aspectos da rede solar e dendrítica, apresentando uma hierarquia.
		Dendrítica	
	Conexão	Círculo	Os fluxos são muito integrados tanto internamente (com as demais associações) como externamente junto a ASETUR.
		Interna	
		Externa	

Fonte: Rodrigues et al. (2014). Nota: Adaptado pela autora com base na entrevista com Jesus Marco Lucia (2016)

Quanto à ‘finalidade’, pode ser de dominação, acumulação (com fins lucrativos) e solidária (envolvendo ONG’s e organizações ligadas a movimentos populares). (RODRIGUES; SOUZA; ELESBÃO, 2014). A ADETUR é quem representa o turismo nos Campos Gerais, apesar de algumas prefeituras não reconhecerem e/ou não participarem de algumas das ações promovidas pela entidade. A FARATUR representa a faz a interlocução das associações de turismo locais frente a outras instancias ou conselhos superiores de turismo, associações e redes de desenvolvimento rural.

A ‘existência’ da rede pode ser real ou virtual, ligada aos elementos tecnológicos ciberespaço ou materialmente ligada através de rodovias, ferrovias. A *formalização* relaciona-se a legalidade da rede, suas normas e estatutos, sendo de caráter formal ou informal. (RODRIGUES; SOUZA; ELESBÃO, 2014). Ambas as redes são virtuais, possuem e-mails para troca de informações, páginas *web* e páginas sociais. São formais, ambas possuem estatuto e normas e se reúnem periodicamente.

A dimensão temporal abrange a duração da rede, a velocidade e a frequência dos fluxos. (CORRÊA, 2011). Sobre a duração, velocidade dos fluxos e a frequência:

A duração pode ser dividida em longa, no caso das redes de infraestrutura, ou em curta, por exemplo, na formação de mercados ocasionais. No turismo poderia ser identificada a rede de infraestrutura e a periodicidade da sua rede de negócios. No que se refere a *velocidade dos fluxos*, esta pode ser lenta, caso do escoamento da produção por transporte marítimo, férreo, aéreo ou rodoviário, ou pode ser instantânea como, por exemplo, a informação e capitais conectados pela rede de internet. A *frequência* dos fluxos pode ser permanente, como no caso de uma rede bancária; periódica, como nos mercados periódicos; ou ocasional, como uma rede criada para uma determinada atividade, por exemplo, associada a uma festividade. (RODRIGUES; SOUZA; ELESBÃO, 2014)

A duração é classificada como longa nas duas redes apresentadas, pois a periodicidade da rede de negócios de ambas existe há vários anos. A velocidade dos fluxos da rede de governança ADETUR poderia ser considerada instantânea se houvesse maior participação dos atores envolvidos nos projetos de desenvolvimento regional. Porém, a mobilização e reflexo nas ações de turismo ainda são considerados lentos.

Na rede FARATUR, a troca de informações é instantânea e o interesse é mútuo. Os membros da rede tem a visão de que todos devem trabalhar em conjunto

para melhor resultado, assim, mantêm-se conectados e respondem prontamente quando acionados porque a rede faz parte de todos⁴⁸. Em relação à dimensão temporal da frequência, a mesma é permanente nas duas redes.

A dimensão espacial é dividida em *escala* que se refere à dimensão de atuação da rede (local, regional, nacional, global); *forma espacial* diz respeito a projeção (solar, dendrítica, em círculo, em barreira); *conexão* liga-se ao grau de intensidade de integração interna e externamente. (RODRIGUES; SOUZA; ELESBÃO, 2014).

As redes regionais têm limites territoriais de atuação. A escala da rede de Governança ADETUR é regional porque abrange a região dos Campos Gerais no Paraná. A rede de Governança FARATUR também é regional porque representa as demais associações de turismo local das três províncias (Huesca, Zaragoza e Teruel). A formação espacial de ambas é a rede christalleriana (CORRÊA, 2011), que combina aspectos da rede solar e dendrítica apresentando uma hierarquia.

O grau de conexão das redes ADETUR e FARATUR são internas e externas, pois estão integradas tanto internamente (com os agentes locais) como externamente com as instâncias de governança de maior hierarquia.

Observa-se que as redes possuem alguns aspectos semelhantes como origem planejada, natureza dos fluxos, função de suporte, finalidade, a existência virtual, a frequência permanente, a escala regional, a forma espacial e a conexão interna e externa. Mas também possuem diferenças como a ausência do Estado na estrutura da governança regional da FARATUR.

Isso não significa que o Estado não atue, ao contrário, a presença do setor público se faz paralelo a instância de governança. A FARATUR atua junto às associações levando suas reivindicações e sugestões ao governo e este busca atender prontamente. Trabalham separadamente, porém unem-se quando necessário para buscar soluções conjuntas (GUTIERREZ, 2016)⁴⁹.

Chama a atenção também a velocidade dos fluxos em relação à dimensão temporal. Na ADETUR, percebe-se que é lenta devido a falta de comprometimento de alguns atores envolvidos na rede, o que acaba gerando prejuízos a toda a cadeia produtiva do turismo regional. Essa falta de comprometimento é percebida quando

⁴⁸ Informação conforme entrevistas com Jesus Marco Lucia (presidente FARATUR) e Sr^a Reyes Gillue Aquilve, proprietária da Casa Rufas, em Huesca, entrevista concedida em 03/02/2016.

⁴⁹ GUTIERREZ, Encarnación Estremera. Chefe de Serviço de Ordenação e Regulação das Atividades Turísticas do Governo de Aragão. Entrevista concedida a autora, em 16 de fevereiro de 2016

os atores não participam das reuniões do grupo ou não retornam os e-mails, não compartilham informações sobre o turismo local (KOBILARZ, 2014).

Como visto nesse capítulo, a instância de governança envolve a coalizão de atores públicos e privados, tendo como principal característica a heterogeneidade dos atores sociais para que a rede funcione para a gestão na resolução de problemas e interesses coletivos, dentro da comunidade local. O trabalho se torna maior, pois, é mais difícil organizar tudo em uma ação.

Acrescenta-se a isso, as incertezas e a necessidade de ser flexível. A atividade turística exige uma multiplicidade de atores na organização e na prestação de serviços, a articulação entre os mesmos e uma diversidade de competências a mobilizar. O aparelhamento da atividade requer avaliação e profissionalismo.

É importante compreender as representações sociais do turismo rural frente aos proprietários rurais, mas também, entender as ações e relações entre as diferentes instâncias de governança e as políticas públicas existentes.

O próximo capítulo tratará das governanças regionais ADETUR e FARATUR e suas ações dentro do segmento de turismo rural. Nesse capítulo também, é apresentado o resultado das investigações junto ao coletivo local mostrando as debilidades, ameaças, fortalezas (CROSBY, 2009) e oportunidades do setor, tendo como objeto de análise, as entrevistas junto aos proprietários de estabelecimentos de turismo rural.

5. GOVERNANÇAS REGIONAIS E O TURISMO RURAL

A descentralização das políticas públicas, especialmente no turismo, a partir da década de 1990, tornou importante a participação, em rede, dos agentes envolvidos nas ações de desenvolvimento territorial. Essas redes têm por finalidade a interação entre o local e o global, sendo determinantes nos planos de turismo, envolvendo o intercâmbio entre os atores, desde os processos de planejamento até os de execução das ações.

Conforme Castells (1996) em 'espaço dos fluxos', compreende-se que a governança é a rede geográfica formada por vários nós, ou seja, atores públicos e privados representantes do setor.

Na rede geográfica proposta por Corrêa (2012), a mesma determina a espacialidade, logo, a governança é uma forma de organização e de planejamento formada por construções humanas e suas relações sociais envolvendo poder e cooperação com os demais envolvidos na rede.

Dessa forma, descreve-se o modelo de desenvolvimento do turismo rural proposto pelas redes de governança dos Campos Gerais do Paraná e de Aragão, na Espanha, como análise entre as políticas espanhola e brasileira para o desenvolvimento do turismo no espaço rural. Por fim, apresentam-se o perfil do turismo rural em ambos os territórios, como resultados das políticas de governança regionais.

5.1 ADETUR E O TURISMO RURAL

Por muito tempo a Agência de Desenvolvimento do Turismo dos Campos Gerais - ADETUR esteve focada na questão do tropeirismo. Entretanto, muitos empresários não se identificaram com a marca Rota dos Tropeiros, nem os turistas conseguiam perceber elementos concretos marcados pelo tema, apesar do tropeiro fazer referências à simbologia no meio rural.

Até pouco tempo, a ADETUR e seus parceiros, reconheciam apenas os aspectos imateriais histórico-culturais e pouco materiais como a Fazenda Capão Alto, em Castro, por exemplo, que mantém as características do tropeirismo.

Os empreendimentos vinculados a Rota dos Tropeiros eram pouco ou quase nada ligados ao campo, como hotéis, agências de turismo, etc. Os empreendimentos de turismo rural como pousadas, pesqueiros, restaurantes, etc,

dos Campos Gerais desconheciam o que foi o projeto Rota dos Tropeiros. Por um lado, se tinha um projeto formado por entidades de turismo regional e por outro, propriedades rurais com grande potencial para o turismo rural, mas com pouco ou nenhum apoio para o desenvolvimento do setor.

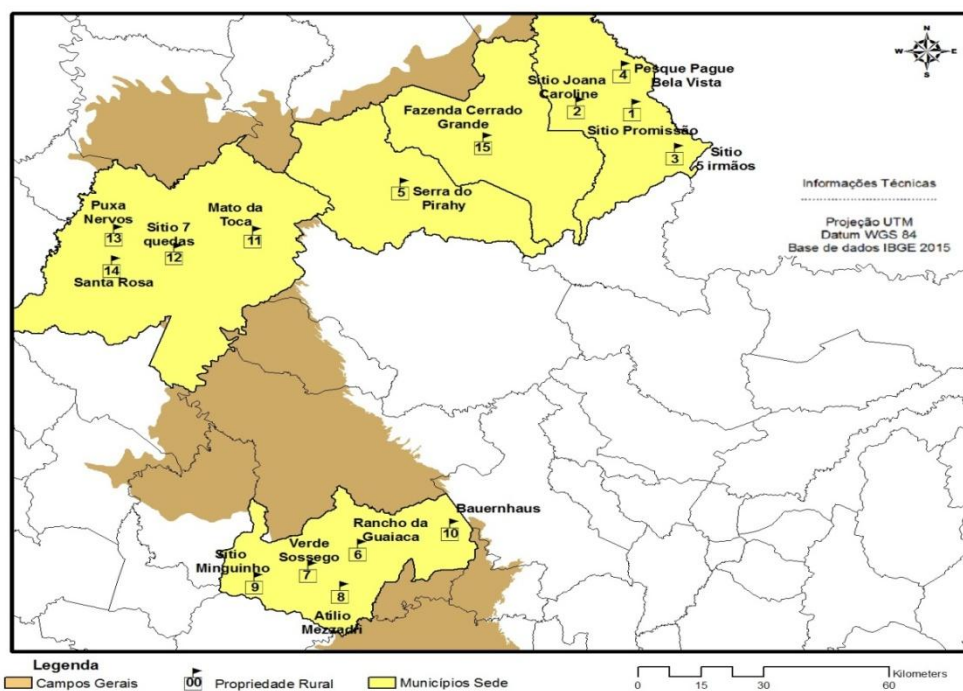
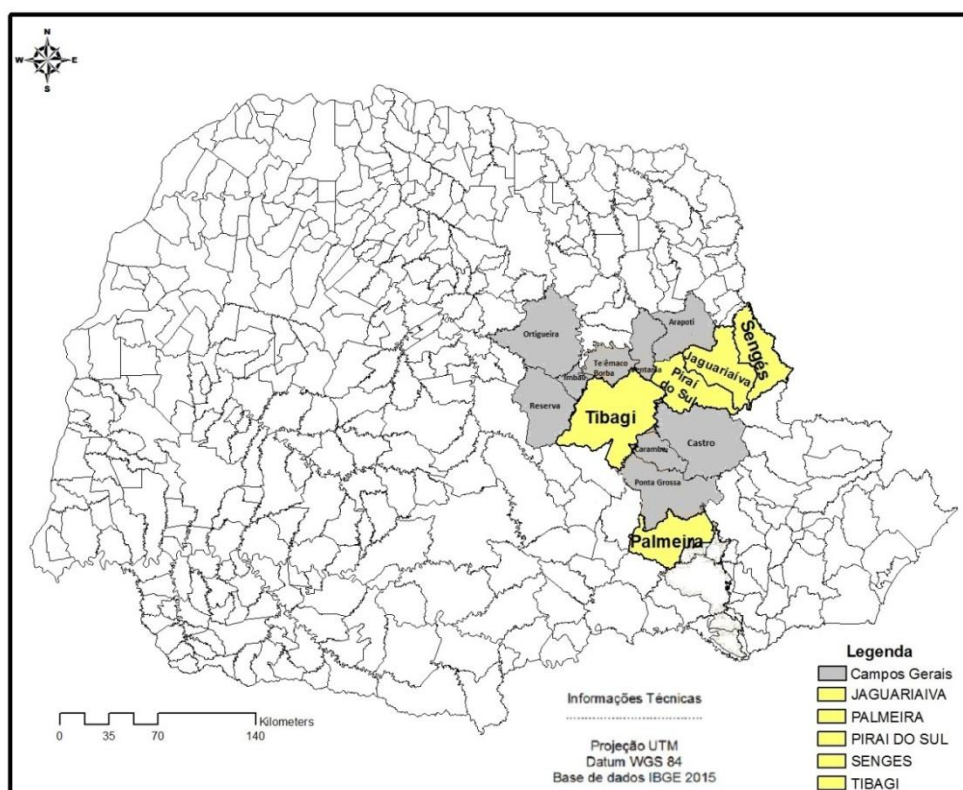
Dessa forma, a ADETUR tem realizado levantamento das potencialidades locais visando projetos que podem não necessariamente agrupar toda a região, mas com possibilidade de unir territórios descontínuos em quatro a cinco municípios dentro de um mesmo segmento turístico, utilizando-se não apenas as vantagens comparativas, mas criando novas, para atrair atividades bem-sucedidas.

Trabalhando o planejamento nos anos de 2014 e 2015, a ADETUR acreditou que o Turismo Rural caracteriza-se como de grande potencial para o desenvolvimento territorial, pois a região possui muitas propriedades rurais essencialmente agrícolas podendo agregar valor ao turismo regional, sendo possível seu desenvolvimento de forma conjunta com os demais atores e parceiros. O turismo rural, aliado aos aspectos histórico-culturais do tropeirismo, é visto pela entidade como um potencial para um projeto aglutinador. (KOBILARZ, 2014).

Assim, coube, ao presente estudo, verificar o nível de reconhecimento da atuação da instância de governança regional por parte dos proprietários rurais que desenvolvem a atividade turística rural. Logo de início, percebeu-se que o interesse em trabalhar com o turismo rural passou a ser materializada pela ADETUR Campos Gerais após a formalização do convênio entre a ADETUR e UEPG para a realização da presente tese.

O objetivo do convênio foi o levantamento quantitativo da situação atual da atividade de turismo nos estabelecimentos rurais nos Municípios dos Campos Gerais. Cinco municípios com interesse em desenvolver projetos em turismo rural foram estudados: Sengés, Piraí do Sul, Palmeira, Tibagi e Castro. (figura 21)

Figura 22: Municípios e Propriedades Rurais pesquisados nos Campos Gerais



FONTE: Elaborado por Tiago Barbosa e Silvana Kloster, 2015.

Na próxima sessão, apresentam-se os primeiros resultados da coleta de dados com informações sobre os Municípios e a realidade do turismo local, com base nas informações adquiridas durante as entrevistas com os agentes de turismo.

5.1.1 Caracterização e contextualização do Turismo nos Municípios

Município de Sengés

Com aproximadamente 19.373 habitantes⁵⁰, está localizado próximo fronteira entre os estados do Paraná e São Paulo e cerca de 180 km do município de Ponta Grossa. A formação histórica do Município tem relação direta com o tropeirismo e com a construção da Estrada de Ferro São Paulo - Rio Grande, devido a sua localização geográfica (divisa da região Sul com o Estado de São Paulo). Fatos históricos marcaram o seu território, como a Revolução de 1930, servindo de palco para sangrentas batalhas.

Por sua formação geológica, o município favorece a possibilidade de desenvolver projetos de turismo rural e ecoturismo. São inúmeras as quedas d'água e corredeiras existentes e que não foram cadastradas pelo Município, muito menos aproveitadas turisticamente.

Foi a gestão municipal (2013-2016) que criou a primeira Secretaria de Cultura, Esporte e Turismo no Município. De acordo com Georgina Maria Jorge, dirigente do turismo local⁵¹, anteriormente não havia nenhum órgão trabalhando na questão do turismo local. Não há registros, leis ou documentos que tratem do assunto, tendo a gestão (2013-2016) que iniciar suas ações a partir do 'zero'.

Houve uma iniciativa de desenvolver o turismo rural por meio da iniciativa privada em nos anteriores. Os proprietários da fazenda Santa Gil, localizada no Município, investiram em infraestrutura e divulgação, mas não obtiveram apoio de nenhum órgão público, inclusive a Prefeitura Municipal que desconhece e não elabora programas para a atividade de turismo. (JORGE, 2014).

[...] tem uma fazenda aqui, que é a fazenda Santa Gil, que é uma fazenda do Moisés Lupion, do falecido governador Moisés Lupion. E a pessoa que comprou, ela batalhou bastante, investiu... Mas não teve incentivo nenhum, pagou propagandas e pagou reportagens em revistas, bancou visitas, pessoas que queriam vir fazer eventos aqui e até internacionais e ele que

⁵⁰ Censo IBGE 2010.

⁵¹ JORGE, Georgina Maria. Secretária de Turismo de Sengés. Entrevista concedida à autora em novembro de 2014, no município de Sengés.

pagava, batia na porta da prefeitura e nunca tinha nada. Então essas pessoas que eram engajadas estavam desanimadas e a gente teve que fazer esse caminho de volta e tentar puxar todo mundo de volta, meio incrédulo, entendeu? (JORGE, 2014)

De acordo com Georgina, a fazenda não está recebendo turistas, mas o proprietário, Sr. Reinaldo é acessível e recebe visitante apenas para conhecer o lugar, desde que pré-agendado.

Entende-se que ações como essa geraram incredibilidade da população local com os órgãos públicos em relação ao fomento do turismo. De acordo com a dirigente de turismo: “O povo investe com o pé atrás, com medo que o turista não venha”. (JORGE, 2014).

A Secretaria de Cultura, Esporte e Turismo não conta com recursos financeiros e nem veículo próprio para realizar o cadastramento das propriedades rurais onde estão localizadas as quedas d'água (cachoeiras), e outras ações como visitas de campo, monitoramento, ações práticas, etc.

Apesar da pouca estrutura, Sengés conta com um Centro de Informações Turísticas – CIT, com poucos funcionários: além da dirigente em turismo no Município, a estrutura possui 01 escriturária (em desvio de função)⁵², 01 estagiária do curso de História e 01 funcionário (comissionado)⁵³ que trabalha 02 vezes por semana como monitor e guia de turismo local. Não existe turismólogo no quadro funcional.

Um projeto muito importante, segundo Georgina, e que está sendo realizado é a ‘Feira da Lua’. É uma feira gastronômica com pratos regionais e artesanato. O prato típico oferecido é o bolinho de frango com massa de farinha de milho. Oferecem uma variedade gastronômica e a venda de hortifrúti. Também são vendidos produtos coloniais como pães caseiros, doces em conserva e queijo artesanal, a geleia de pinga e artesanato, além de contar com apresentações musicais e danças.

Inicialmente contavam com 03 agricultores, com poucos recursos financeiros e materiais, utilizando algumas barracas de feira, com apoio da Prefeitura Municipal. Para Georgina, a feira serve como um treinamento para aqueles que querem abrir seu próprio negócio. “Mexeu, mexe com o pessoal que vem de fora que não tinha

⁵² De acordo com Jorge (2014), é quando uma pessoa é contratada para uma função e acaba realizando outro trabalho diferente a que foi contratada.

⁵³ Contratado sem concurso público.

onde se encontrar, é um ponto de encontro e um fortalecimento da mão de obra do pessoal que quer trabalhar com gastronomia, quer abrir um restaurante, quer abrir uma, uma padaria, uma coisa, já ficam mais seguros, né?” (JORGE, 2014)

Em 01 ano de funcionamento, a feira aumentou de 03 para 20 barracas e os feirantes recebem orientação sobre higiene e atendimento ao público. Para Georgina, o objetivo é criar uma associação com esses agricultores e artesãos, pois o grupo de feirantes da Feira da Lua criou um fundo, com a contribuição semanal por parte dos membros. Segundo ela, no primeiro ano de funcionamento, o grupo doou o valor arrecadado para o hospital da Cidade.

Outro projeto, citado por Georgina Maria Jorge, que foi iniciado pela gestão municipal (2013-2016) é o da associação de monitores de turismo de Sengés. Segundo ela, a Prefeitura buscou cursos de guias junto a instituições como PRONATEC, SENAC, etc, mas não obteve êxito. Dessa forma, buscaram parceria com uma associação de guias da cidade vizinha (Itararé/SP). Os professores dessa cidade ministraram o curso de condutor de turismo, formando 15 alunos que organizaram sua associação.

Para Jorge (2014), existe pouco conhecimento sobre os benefícios do turismo para o desenvolvimento local ao alcance da população. “O povo tem mentalidade fechada para o turismo”. Segundo ela, existem poucos conhecedores da atividade turística, além do baixo poder aquisitivo dos interessados para iniciar seus empreendimentos e da falta de mão de obra especializada, inclusive na Prefeitura.

O Município conta com o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR que foi criado na gestão (2013-2016), mas tem pouca participação dos membros nas reuniões.

Segundo a dirigente do turismo de Sengés, o Vale do Jaguaricatú, onde se encontra a maior parte da paisagem do Município é muito utilizado pelas agências e operadoras de turismo, principalmente de São Paulo (capital) e do município de Itararé/SP que divulgam o espaço como pertencente ao estado de São Paulo. Os turistas fazem o passeio no Vale e retornam para se hospedarem no município, não permanecendo em Sengés.

Município de Piraí do Sul

Com aproximadamente 25.117 habitantes⁵⁴, o Município está a 73 km de Ponta Grossa e 188 km de Curitiba. Tem sua formação histórica ligada ao tropeirismo e a religião. De acordo com Ebrahim Curi⁵⁵, o Turismo Religioso é predominante em Piraí do Sul devido às lendas sobre as Imagens do Senhor Menino Jesus e de Nossa Senhora das Brotas.

Organizada pela própria Igreja, a Festa de Nossa Senhora das Brotas é uma das mais tradicionais festas religiosas do Estado do Paraná, realizada anualmente em 27 de dezembro, dia de Nossa Senhora das Brotas. Durante a festa, que acontece desde 1880, é realizado a tradicional procissão saindo da Igreja matriz da cidade e indo até o Santuário, num percurso de aproximadamente 4 km. Durante a festa é servido almoço no Santuário.

De acordo com Curi (2014), a Prefeitura Municipal conta com poucos recursos financeiros para desenvolver o Turismo Religioso:

E atualmente esse padre, Padre Evandro, tá fazendo muita coisa, coisas que a gente pensava, vamos dizer, pensava de uma maneira por exemplo que devia fazer. E o pessoal faz essa caminhada, esse trajeto que vai até as brotas, eles fazem a caminhada rezando o terço. Então eu pensava em colocar, vamos dizer os mistérios... não sei se você é católica.. Então colocar os mistérios vamos dizer, dolorosos, gozosos e coisa e tal no caminho né? Pra pessoa ir rezando e parando né e meditando e que ela inclusive é obra um pintor, de um escultor famoso... Como é o nome dele? Deixa eu ver se eu me lembro o nome dele... Hum Sarro! Sobrenome dele é Sarro, ele tem obras inclusive no exterior. Ele fez um projeto pra desenvolver isso só que daí a gente conseguiu verba, mas daí a verba era pouca, daí era pra fazer portal e não deu certo, a gente fez inclusive daí os Totens dos tropeiros com esse dinheiro porque não deu pra fazer. (CURI, 2014)

Além da falta de recursos, Curi (2014) cita alguns locais que podem ser utilizados para a visitação turística, mas que não estão sendo devidamente trabalhados atualmente: “tem a Cachoeira da Paulina, tem a Cachoeira do Butiá, tem um monte de atrativos turísticos, mas... é propriedade particular que não deixa né.. chegar, por exemplo, tem essas inscrições rupestres, nós temos catalogadas se não me engano 23 ou 26 inscrições dentro do município”.

Foram citados pelo entrevistado problemas como o vandalismo e a depredação do patrimônio cultural, tanto de responsabilidade da população local,

⁵⁴ Valor estimado em 2016 segundo IBGE.

⁵⁵ CURI, EBRAHIM. Responsável pelo Turismo no Município. Entrevista concedida à autora, em 09 de dezembro de 2014.

como dos visitantes.

O grupo de pesquisadores do curso de Geografia da Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG, liderados pelo Prof Dr. Gilson Burigo Guimarães realizam pesquisas geológicas e geomorfológicas pela região. Em Piraí do Sul, o Prof Gilson iniciou os trabalhos realizando estudos da escarpa devoniana com coleta de dados e mapeamento local. A Prefeitura desconhece a fundo dados sobre as pesquisas. Durante as entrevistas para a presente tese o Prof. Gilson e a UEPG são citados, mas as pessoas desconhecem o trabalho que está sendo realizado. Sabem que é algo benéfico, mas desconhecem seu conteúdo.

Município de Palmeira

Com aproximadamente 33.889 habitantes⁵⁶, está localizada a 83 km de Curitiba e a 45 km de Ponta Grossa. Conserva grande parte dos seus traços históricos relacionados ao ciclo econômico e histórico do tropeirismo, presentes em prédios, residências e nas igrejas.

Durante a sua formação, Palmeira recebeu vários imigrantes como os russos-alemães, os poloneses e os italianos liderados por Giovani Rossi. Esses últimos, formaram a primeira colônia anarquista da América, chamada Colônia Cecília. Em 1952 vieram para Palmeira os alemães menonitas que formaram a Colônia Witmarsum. (WITMARSUM..., 2002).

O Município possui grande potencial histórico e locais religiosos como Nossa Senhora das Pedras, as Capelinhas de Vieiras, a Igreja Polonesa na Colônia Santa Bárbara entre outras igrejas.

De acordo com Mayer (2015)⁵⁷, a gestão pública sabe do potencial turístico de Palmeira, mas o departamento de Turismo conta apenas com 01 funcionário e 02 estagiários e encontra-se na fase de elaboração de projetos. Entre os projetos estão a confecção de um folder sobre Palmeira, a melhoria dos acessos e acessibilidade e de sinalização turística como as placas de sinalização turística em Witmarsum. Estão organizando o Ponto de Informações Turísticas - PIT em Witmarsum.

Segundo Mayer (2015), recentemente foi reestruturado o Conselho de Desenvolvimento do Turismo - CONDETUR e o Fundo de Desenvolvimento do

⁵⁶ População estimada em 2016, segundo IBGE.

⁵⁷ MAYER. Vera Lucia de Oliveira. Diretora de Turismo de Palmeira. Entrevista concedida à autora, em 12 de janeiro de 2015.

Turismo - FUNDETUR com a disponibilidade de repasse de R\$ 120.000,00 pela Prefeitura para o mês de fevereiro ou março de 2015. Esse repasse deverá ser feito anualmente e é referente a receita líquida anual do turismo, de 0,02 % , previsto em lei.

O Município esteve por 10 anos sem ações relacionadas ao setor turístico por do poder público⁵⁸. Devido a isso, segundo Vera Lucia, a população local e os empreendedores do setor não acreditam mais no poder público e em projetos fomentados pelo poder público.

A grande dificuldade do departamento de turismo é o orçamento financeiro escasso. Para ele, geralmente o menor recurso, o menor orçamento da Prefeitura é destinado ao Turismo. Mas, não é só o orçamento de turismo que é escasso, mas o de cultura também. São necessárias ações conjuntas entre o setor de turismo e de cultura. (MAYER, 2015). “Numa cidade histórica, o turismo não sobrevive sem a cultura, então é preciso potencializar a cultura para fomentar o turismo”. (MAYER, 2015). Como é o caso dos museus e prédios históricos como exemplo, que são locais que são visitados pelos turistas.

Segundo Mayer (2015), em 2014 foi criada a Associação de turismo - ADETUR “Palmeira Mais”, com objetivo de congregar os empreendedores em turismo do Município. Dessa forma, foi possível a concessão do Centro de Informações ao Turista em Witmarsum devido a ações promovidas pela ADETUR.

Dentre as dificuldades levantadas por Mayer (2015) está a falta de união entre os empreendimentos tanto da Colônia Santa Bárbara como em Witmarsum. Ambos não buscam ajuda mútua e cada empreendedor trabalha de forma individual, não havendo coletividade.

Outro problema é o artesanato que, devido à falta de apoio das gestões anteriores, acabaram dispersando os membros da associação de artesanato. Existe apenas um artesão qualificado e que não consegue atender a demanda. (MAYER, 2015).

Segundo Mayer (2015), em Palmeira existe um local histórico chamado *Casa Branca da Serra*, considerado a construção mais antiga de Palmeira e que atualmente estão sendo trabalhadas questões de conservação e tombamento junto à família proprietária do imóvel. No local, a cerca de 3 km do perímetro urbano, é

⁵⁸Entre 2004 a 2014, de acordo Mayer (2015).

fabricado o queijo *porongo* considerado um bem imaterial do Município, inclusive com selo de qualificação. O problema, segundo Vera Lucia, é o acesso ao local, pois a rua não é pavimentada, o que atrapalha na regulamentação do produto via órgãos de inspeção.

Município de Tibagi

Fundada em 1872, Tibagi é uma das mais antigas cidades do Paraná e está situada a 200 km da capital paranaense e a 97 km de Ponta Grossa. A cidade recebe esse nome devido a presença do rio Tibagi que atravessa a cidade. Sua população estimada é de 20.470 habitantes⁵⁹. A região se destaca pela formação geológica que inspira a vocação aos esportes de aventura principalmente nos rios, morros e canyons existentes. (TURISMO TIBAGI, 2015)

A história do Município envolve a chegada dos senhores escravocratas, dos tropeiros e dos garimpeiros devido ao ciclo do garimpo de diamante no Paraná. Atualmente as principais atividades econômicas estão relacionadas à agricultura e o turismo. (TURISMO TIBAGI, 2015)

A principal atração de Tibagi é o Parque Estadual do Guartelá, criado através do Decreto 1.229 de 27 de março de 1992 e implantado em 1997, administrado pelo Instituto Ambiental do Paraná – IAP, protege uma área de 798,97 hectares com valioso patrimônio natural e arqueológico da região do canyon do Rio Iapó. (PARQUE..., 2015)

O evento que mais atrai os visitantes para Tibagi é o Carnaval. A festividade propicia lazer à população e gera emprego e renda aos munícipes, tanto na confecção de fantasias, como nas vendas ambulantes ou mesmo na locação de casas. O evento tem duração de 5 noites e 4 dias tendo como atrações o desfile de rua com a participação das escolas de samba locais, o Corso – Desfile de Veículos Decorados, três matinês (2 infantis e 1 terceira idade), além dos cinco bailes noturnos divididos em 3 palcos com diferentes estilos de música e uma área gastronômica. O local do evento é na Praça Edmundo Mercer e a organização do evento fica por conta do Departamento de Cultura, segundo Portugal (2015)⁶⁰.

O novo plano diretor do Município (2015-2025) foi elaborado e tem um dos

⁵⁹ Estimativa de 2016, segundo IBGE.

⁶⁰ PORTUGAL, Alberto. Secretário de Turismo de Tibagi. Entrevista concedida à autora, em 07 de abril de 2015.

seus focos no turismo, objetivando a preservação ecológica e cultural de Tibagi. A proposta do setor público é investir em eventos para resolver o problema de sazonalidade do turismo em determinados períodos do ano dentro do Município. Existem períodos em que o fluxo de visitantes é intenso e em outros, é quase imperceptível. A meta, segundo Portugal, é manter um fluxo contínuo de visitantes o ano todo. Para isso, a secretaria de Turismo trabalha na organização de 32 eventos locais para a atração dos visitantes. (PORTUGAL, 2015).

A cidade, segundo Portugal, investe fortemente em cultura:

Nós temos uma cidade que é de fato histórica, que vive em cultura, que investe em cultura como pouquíssimas outras cidades, a gente tem um teatro com uma estrutura fantástica, a gente tem um centro de convenções com uma capacidade enorme de público, a gente tem um turismo religioso que estamos resgatando através de um evento que aconteceu agora na última sexta-feira que foi a Caminhada de São João de Maria, foi um sucesso de público. Nós temos a festa de Santa Pastorina que é uma Santa popularmente consagrada. Então a gente tem uma série de outras questões além desse turismo que já famoso em Tibagi que é o Parque. (PORTUGAL, 2015)

Os principais problemas existentes em Tibagi, de acordo com Portugal, é a má conservação das estradas rurais, a falta de sinalização turística e a falta de recursos financeiros para a manutenção da sinalização turística. Segundo Portugal (2015), o recurso anual que a Prefeitura Municipal destina para o setor turístico é de R\$ 1.200.000, 00 anual. O recurso é utilizado para a folha de pagamento, material gráfico para a divulgação do turismo local e a maior parte, cerca de R\$ 500.000,00, é utilizado para a realização do Carnaval de Tibagi.

Os prédios históricos do Município (museu, biblioteca, espaço cultural Casa da Cidade, teatro Tia Inália) estão passando por um processo de revitalização para o incentivo da Cultura local. O recurso financeiro para esse programa é da Secretaria de Educação em parceria com a Secretaria de Cultura Municipal. Sobre o Conselho Municipal de Turismo – CONTUR, o mesmo se encontra inativo no momento. (PORTUGAL, 2015)

Município de Jaguariaíva

Povoada por famílias vindas dos campos de Curitiba e São Paulo, Jaguariaíva conta hoje com aproximadamente 34.647 habitantes⁶¹ e está localizada

⁶¹ Estimativa de 2016, segundo IBGE.

a 238 km de Curitiba e a 125 km de Ponta Grossa e pertence a Microrregião de Jaguariaíva. Sua história está relacionada ao tropeirismo e a industrialização. (JAGUARIAÍVA..., 2015).

O entroncamento ferroviário proporcionado pela construção do “Ramal Paranapanema” pela Companhia Estrada de Ferro São Paulo / Rio Grande em junção com a “Estação Cachoeirinha” facilitou a ligação da cidade com o resto do país e a instalação de indústrias, como o frigorífico das Indústrias Reunidas Francisco Matarazzo. Em pouco tempo o frigorífico tornou-se a alma da cidade e funcionou até a década de 1960, tomando grande parte da memória coletiva dos jaguariaivenses. Todas essas histórias fazem parte de patrimônio cultural da cidade e delas restaram muitos testemunhos materiais. (VANHONI, 2010, p. 01)

Além das riquezas históricas, o Município conta com belezas naturais e por essa razão possui um grande potencial turístico. O território conta com rios, riachos, corredeiras e cascatas de águas límpidas e cristalinas, canyons, vales, grutas, lagoas e florestas completam a paisagem da região. (JAGUARIAÍVA..., 2015)

De acordo com as investigações para a presente tese, verificou-se que o departamento de turismo da Prefeitura de Jaguariaíva trabalha na organização de eventos locais, principalmente, relacionados a religião e ao tropeirismo, além de trabalhar na recepção ao turista. Existe um centro de recepção de turistas na antiga estação ferroviária. No local, é possível encontrar material informativo sobre os potenciais turísticos e vídeos do Município.

Em Jaguariaíva foi criado o Parque Ambiental Dr. Ruy Cunha, parque este, que de acordo com Ghizzi Neto (2015)⁶², “tem enorme importância ambiental e histórica tendo em vista que era lá o poso e local de travessia do rio utilizados pelos tropeiros”.

Segundo Ghizzi Neto (2015), a Prefeitura está realizando o curso de Monitoria Turística e Meio Ambiente, uma parceria entre o departamento de turismo e o departamento de ensino profissionalizante para um grupo de 25 jovens da comunidade com o objetivo de qualificar a mão de obra para o setor turístico.

Durante a pesquisa realizada no Município sobre o turismo rural, descobriu-se que, atualmente, 05 propriedades rurais estão desenvolvendo um projeto por iniciativa própria e sem a participação do poder público, e esperam consolidar o roteiro intitulado *Caminho das Águas*. De acordo com um dos proprietários rurais entrevistados, o nome foi sugerido devido a existência de nascentes no local do

⁶² GHIZZI NETO, Ângelo Augusto. Diretor de Turismo. Entrevista concedida à autora, em 09 de junho de 2015.

projeto. As propriedades estão localizadas próximas entre si, num entorno de 20 km. As propriedades são: Fazenda Santa Teresinha, Fazenda das Almas, Fazenda Cercado Grande, Fazenda Chapada do Santo Antônio e Fazenda Casa de Pedra. São fazendas históricas, que originaram o município e estão a cerca de 300 anos passando de geração a geração.

Segundo o proprietário rural entrevistado, atualmente, estão sendo realizadas reuniões periódicas e o grupo conta com a parceria do Serviço de Aprendizagem Rural – SENAR e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE com cursos para a inclusão social dos moradores no bairro, envolvendo atividades como o artesanato e a gastronomia. Os cursos ofertados até agora são artesanato com lã, derivado de leite, artesanato na palha e bambu. Recentemente participaram de um dos cursos de turismo rural ofertados pelo SENAR e está agendado mais 03 cursos para o futuro, mobilizando cerca de 200 moradores na região e 30 deles participam efetivamente dos encontros. Estão seguindo as orientações e etapas sugeridas pelo SENAR.

O projeto ‘Caminho das Águas’ busca a inclusão social e o desenvolvimento local. O objetivo do grupo é a criação de uma associação de turismo rural local e estão se encaminhando para consolidar seu objetivo. O problema apontado pelo grupo são as estradas rurais e a sinalização das localidades. Por enquanto, apenas uma propriedade está recebendo turistas.

Após as entrevistas com os agentes públicos, foi realizada investigações junto aos proprietários rurais e os visitantes para descrever o perfil do turismo rural nos Campos Gerais como será visto a seguir.

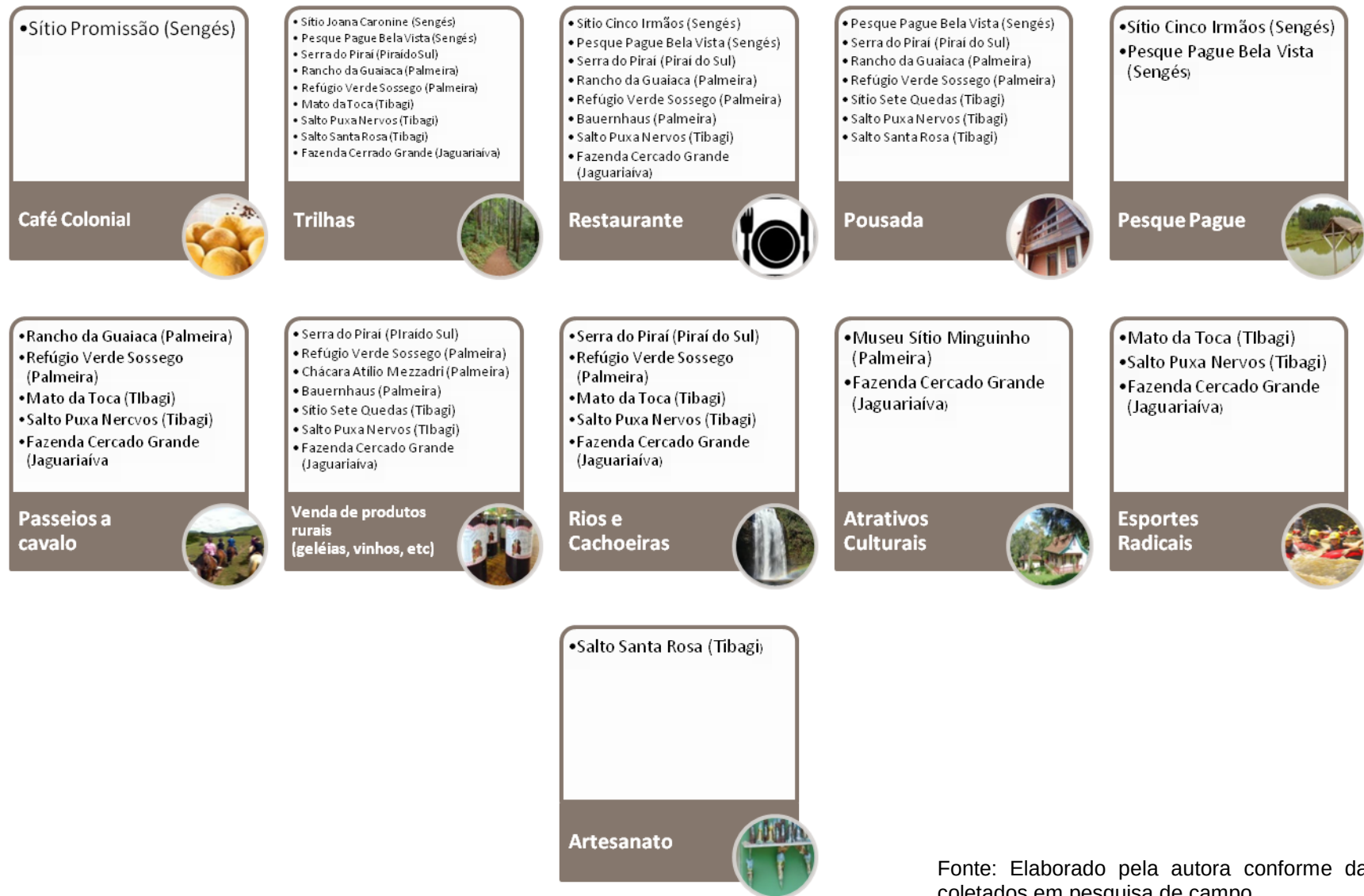
5.1.2 Perfil do Turismo Rural nos Campos Gerais

Foram realizadas investigações *in loco* junto aos empreendedores rurais e os turistas que visitam a região. Os municípios que participaram da pesquisa foram Sengés, Piraí do Sul, Jaguariaíva, Palmeira e Tibagi, totalizando 15 propriedades rurais visitadas.

São vários os serviços oferecidos pelos empreendimentos de turismo rural nos Campos Gerais, conforme consta na figura 23. Destaca-se o café colonial, trilhas, restaurantes, pousadas pesque-pague, passeios a cavalo, venda de produtos coloniais, passeios em rios e cachoeiras, atrativos culturais, turismo de aventura e artesanato.

Constatou-se que os empreendimentos de Turismo Rural iniciaram suas atividades no início da década de 2000, período de início de ações mais intensas à atividade no Brasil. Como visto na seção 4.3, com a criação do Pronaf e as linhas de crédito para atividades não agrícolas no espaço rural, agentes públicos e privados passaram a incluir o turismo rural nos projetos regionais. Apesar disso, os empreendimentos de turismo rural pesquisados não utilizaram ou utilizam as linhas de crédito. Perguntado sobre o motivo da não utilização das linhas, a grande maioria afirmou não ter interesse em ‘endividamento’ para uma atividade ‘tão instável’ como o turismo.

Figura 23: Serviços de turismo rural nos Campos Gerais

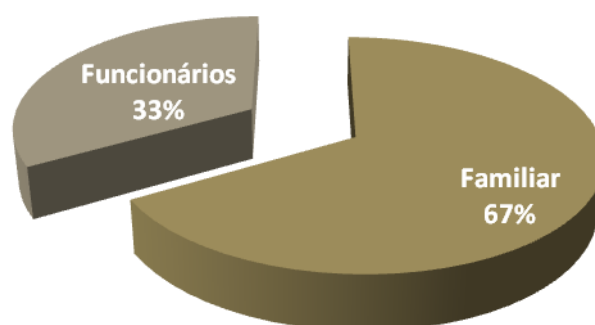


Fonte: Elaborado pela autora conforme dados coletados em pesquisa de campo.

Verificou-se que a idade média dos empreendedores é de 53 anos. O tamanho em extensão das propriedades sofre grande variação, indo desde 01 alqueire até 123 alqueires. Nelas, foi possível encontrar o cultivo de hortaliças, áreas de reflorestamento, pecuária, cultivo de soja, trigo, fruticultura, milho e feijão.

A renda média é de R\$ 3.000,00 a R\$ 4.000,00, o que inclui outras fontes de renda além do turismo⁶³. A mão de obra é tipicamente familiar, mas algumas propriedades estão gerando emprego para moradores locais. No gráfico 2, é possível visualizar o número de empreendimentos que contam com a participação de funcionários, além da familiar. O número médio de funcionários por propriedade é de 02.

Gráfico 2: Mão de obra no Turismo Rural



FONTE: Elaborado pela autora.

Sendo uma atividade *tão instável*, optou-se por fazer o levantamento da demanda (VERA et. al. 1997), ou seja, do perfil dos visitantes que utilizam os espaços rurais para o lazer. Como ferramenta, utilizou-se um questionário objetivo (Apêndice III).

O resultado mostra que em Sengés, 51% dos visitantes são do sexo feminino e em Palmeira esse número chega a 59.5%. Cerca de 70% desses visitantes são casados e possuem em média 02 filhos. A renda média dos visitantes é de R\$ 2.000,00 a R\$ 5.000,00 e tomaram conhecimento sobre os empreendimentos em turismo rural através de amigos. O tipo de visita é geralmente em espaços de lazer para passar o dia com almoço incluso.

⁶³ Aposentadoria, atividades agrícolas, renda complementar com outros membros da família que trabalham fora da propriedade.

As profissões são variadas, sendo arquiteto, contador, funcionário público, enfermeira, pesquisador, jornalista, administrador, técnico em edificações, técnico em segurança no trabalho, professor, empresário, marceneiro, assistente social, advogado, tratorista, cozinheira, aposentado, caminhoneiro, veterinário, auxiliar de produção.

Utilizam veículo próprio para chegar aos locais de visitação, (92% em Sengés e 55% em Palmeira) considera-se como motivo a falta de infraestrutura e redes de transporte para chegar aos locais turísticos no interior dos municípios.

A maior parte, cerca de 46%, dos visitantes de Sengés é do estado de São Paulo (interior e capital) e 86,6% dos visitantes de Palmeira são de Curitiba. Acredita-se que essa demanda se dá pela pouca distância entre esses municípios e os centros emissores.

São grupos que consideram como fator determinante para a escolha do local a ser visitado a qualidade do serviço, o contato com a natureza e o serviço diferenciado, o atendimento familiar, a hospitalidade e a gastronomia.

Sobre a impressão que tiveram acerca dos atrativos, a melhor avaliação, segundo os visitantes, são as cachoeiras, os passeios em trilhas, a comida típica e os produtos locais. Os problemas apontados pelos visitantes estão justamente nas trilhas que, para eles, devem ser mais bem sinalizadas.

A sinalização no acesso para as propriedades a partir da estrada é outro problema apontado pelos visitantes. Alguns visitantes sugeriram a colocação de espaços de recreação como *playground* e campos de futebol, piscina e passeios a cavalo para melhor entretenimento dos visitantes. A situação precária das estradas rurais foi o principal apontamento dos visitantes de Sengés.

Dentre os aspectos que chamam a atenção dos visitantes nos empreendimentos, destacam o atendimento familiar, a hospitalidade, a história e a gastronomia. Em ambos os municípios, percebeu-se que os visitantes buscam conhecer a cultura e buscam proximidade com a natureza.

Sobre os problemas no turismo regional, os visitantes sentiram a falta de organização comunitária para manter a cultura regional. Um dos participantes da pesquisa afirma em seu questionário que a população local não pode ficar a espera dos governos para a manutenção da cultura.

Outros problemas apontados foram: a falta de contato dos visitantes com as lidas rurais e com animais que vivem no meio rural. Ainda, segundo os visitantes, é

necessário mais informação a disposição dos visitantes sobre como chegar aos locais para visitação e informações sobre os locais visitados tanto em material informativo (*folders*) como pela internet, e que essas informações devem ser corretas. A falta de manutenção nas estradas rurais também   apontada como principal problema no interior dos municípios.

5.1.3 Sobre a Organização Comunitária

Os proprietários rurais que desenvolvem atividades de turismo rural nos Campos Gerais pertencem a uma coletividade específica, são responsáveis pela organização da atividade turística nesse território, interagem, ou deveriam interagir entre si, na busca de soluções para melhor aproveitamento dos recursos territoriais disponíveis para o uso turístico.

São eles quem mais evidenciam os problemas e os benefícios dessa atividade, por isso, suas representações sociais (MOSCOVICI, 2003), seu pensamento individual sobre a atividade e sobre o coletivo local são importantes elementos de análise.

Dessa forma, foram coletadas informações sobre o turismo rural junto aos proprietários rurais dos Campos Gerais e submetidas a análise do conte do⁶⁴ em dimensões catalogadas e submetidas a um banco de dados.

Na dimensão sobre a espacialidade discursiva, estudaram-se os locais que têm maior representação do espaço territorial pelo locutor, ou que aparecem mais evidentes nos discursos, como a propriedade rural, a comunidade ao redor, , etc, conforme o gráfico 03.

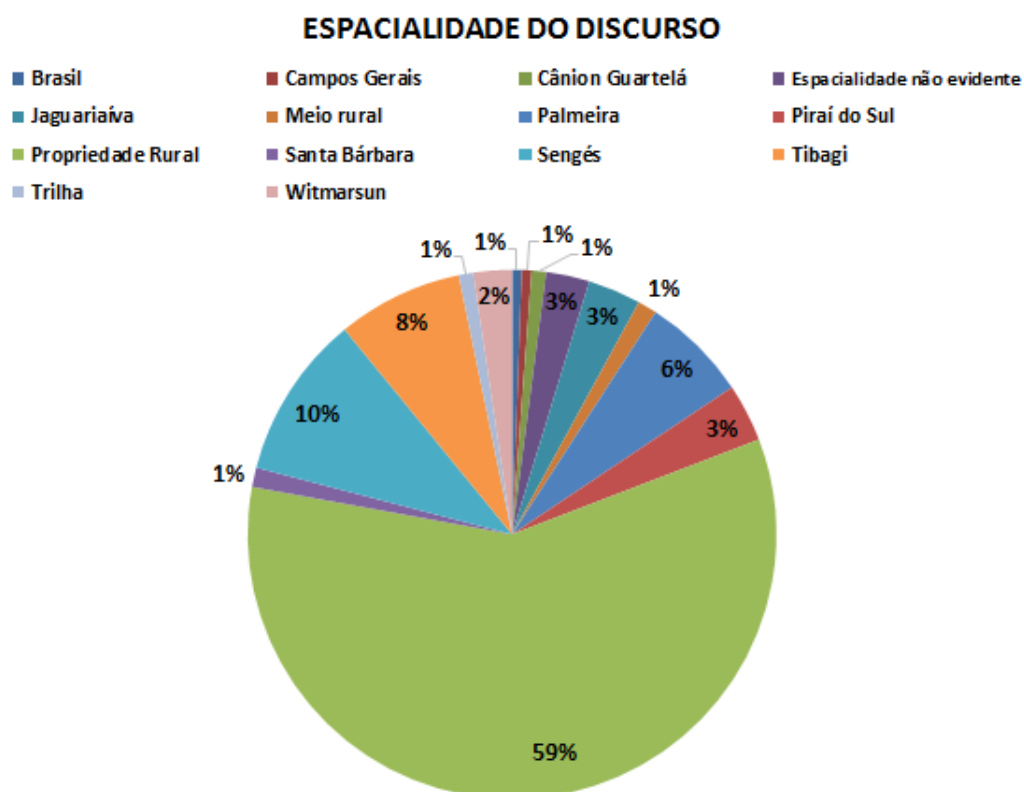
Como resultado, 59% dos discursos estão relacionados ao interior das propriedades rurais, ou seja, seus proprietários se identificam mais com o interior do que o que está fora de suas 'porteiros'. Não se sentem envolvidos com o que está fora da propriedade, como a comunidade onde estão inseridos ou os demais empreendimentos na mesma região. Esse fato demonstra que os proprietários rurais têm uma relação, desenvolvem ações no interior de seus estabelecimentos, muito maior do que fora dele, na comunidade ou região que fazem parte.

O interior das propriedades rurais se torna mais evidente que a região onde estão inseridos. Conforme o diálogo a seguir:

⁶⁴ Bardin (2004).

Pesquisadora: Existe uma ligação, um espírito de colaboração com as demais propriedades que trabalham com turismo rural na região? Flor-das-almas:⁶⁵ Não! Pesquisadora: O senhor não sente? Flor-das-almas: Não! Pesquisadora: Ninguém divulga o senhor? Flor-das-almas: Não, ninguém divulga e a gente também não faz muita questão por causa disso né. Então aqui como se diz é “olho por olho e dente por dente”, pelo que a gente sente sabe?!

Gráfico 3: Espacialidade do Discurso.



FONTE: Elaborado pela autora

Esse fato pode evidenciar a falta de interação e a individualização entre o coletivo local. Na análise da dimensão representada pela *Categoria Discursiva*, trabalhou-se mais profundamente o coletivo local e a organização comunitária levantando junto aos proprietários rurais as seguintes questões:

1- Existe uma ligação ou espírito de colaboração com as demais propriedades locais

⁶⁵ Os nomes dos proprietários rurais foram trocados por nome de plantas nativas dos Campos Gerais conforme Moro & Caro (2007). A Vegetação Campestre dos Campos Gerais do Paraná.

que desenvolvem atividades de turismo rural? Explique.

2- Existem fatores, no interior do grupo, que contribuem para o seu melhor desempenho? (fortalezas)

3- Existem fatores, no interior do grupo, que influem negativamente sobre o desempenho da atividade de TR? (debilidades)

4- Atualmente, quais as oportunidades externas que existem e que influem positivamente no desenvolvimento organizativo do grupo?

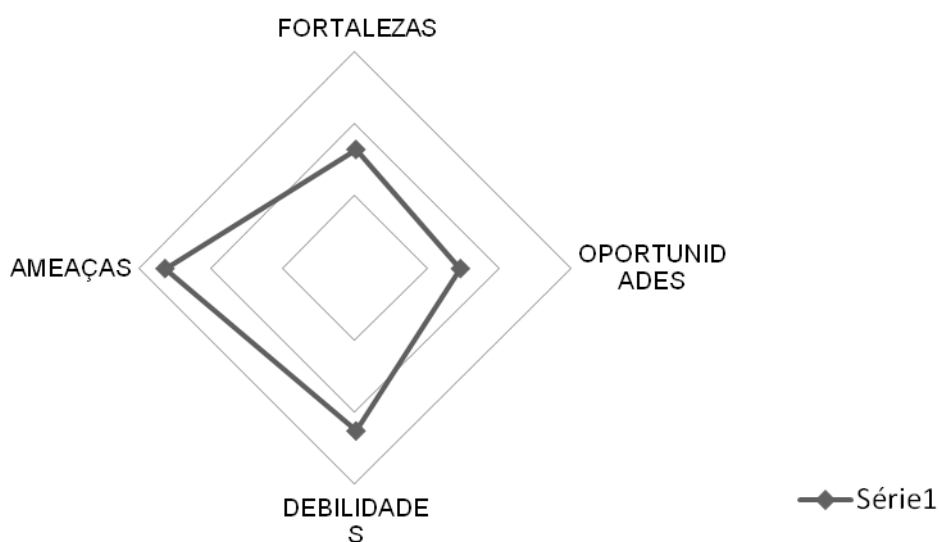
5- Quais as ameaças externas que existem e que influem negativamente no desenvolvimento do grupo?

6- Quais os principais problemas existentes na atividade de turismo rural local?

7- Quais as alternativas para a solução desses problemas?

Para a análise, utilizou-se o sistema DAFO (CROSBY, 2009) que apresentou como resultado, conforme o gráfico 04, uma incidência maior relacionada aos aspectos negativos do que positivos, tanto nas entradas correspondes a fatores internos como externos.

Gráfico 4: Coletivo Local e Organização Comunitária.



FONTE: Elaborado pela autora

Nesse discurso, a proprietária rural mostra-se preocupada pela falta de equipamentos de turismo no seu município, fazendo com que os turistas se desloquem para outros espaços para hospedagem gerando lucro nesses outros

espaços. Esse caso classifica-se como debilidade, um fato negativo interno no destino turístico.

No segundo discurso a seguir, o proprietário rural preocupa-se com a poluição e o acúmulo de lixo deixado pelos turistas, sendo considerada uma ameaça externa.

Aqui na região o ponto negativo da região aqui é que eles (os turistas) não tão observando a preservação do meio ambiente, eles jogam toco de cigarro, jogam latinhas de cerveja, jogam plástico sabe? O único ponto negativo é esse. Que eles (os turistas) não observam, não está preservando o ambiente. O pessoal vem de fora e deixa o lixo aqui? Deixa o lixo, deixa tudo, quer dizer o proprietário que se dane né, ele tem que limpar. (ANGICO)

As debilidades e ameaças (CROSBY, 2009) estão mais presentes nos discursos sobre o turismo rural local do que as fortalezas e oportunidades, conforme o gráfico 05. São elas: Necessidade de qualificação por parte dos proprietários rurais; falta de informação sobre a atividade de turismo rural junto aos proprietários rurais, instabilidade no fluxo de visitantes, falta de apoio dos órgãos de turismo do setor público; falta de relação e/ou interação entre as propriedades que desenvolvem alguma atividade de turismo rural no mesmo território; falta de sinalização turística; falta de conservação do patrimônio natural e cultural local; lixo deixado pelos visitantes; má conservação das estradas rurais; concorrência com outros municípios; falta de mão de obra para trabalhar com o turismo rural; falta de sequência dos gestores públicos nos programas de turismo local; a instabilidade econômica do País; Falta de acesso à telefonia móvel e de Internet.

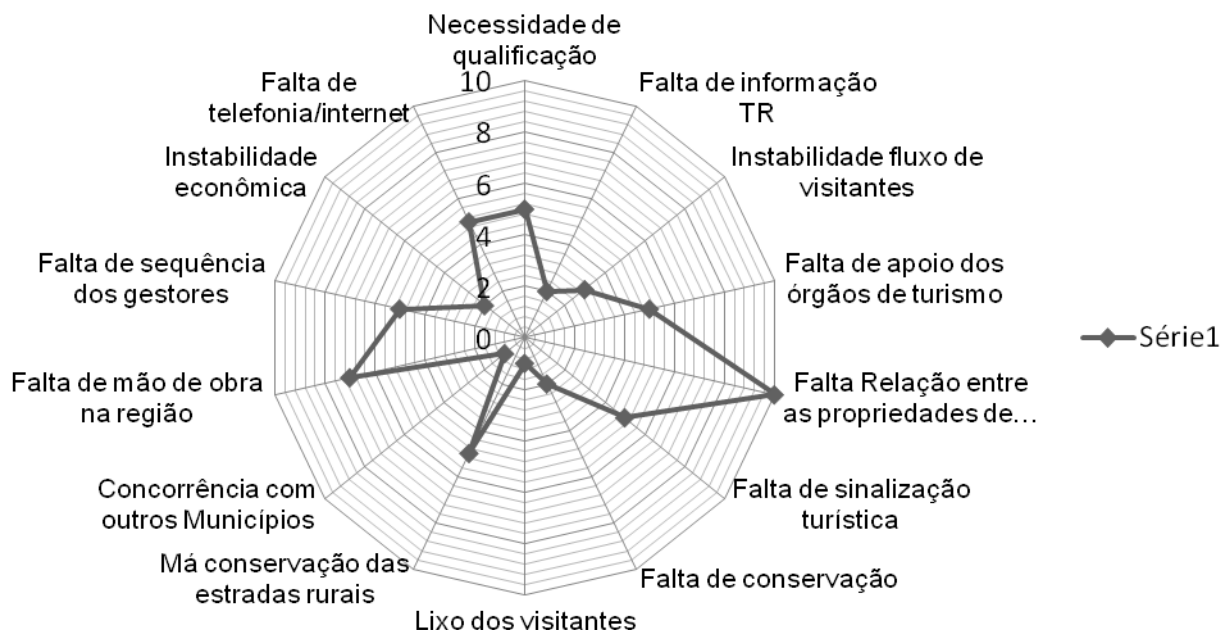


Gráfico 5: Debilidades/Fragilidades nos Campos Gerais

Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme demonstra o gráfico 09, a maior frequência está na falta de interação entre os proprietários rurais que desenvolvem atividades de turismo rural local, seguido pela falta de mão de obra no espaço rural, a falta de sinalização turística e a má conservação das estradas rurais.

Mesmo nos locais onde há interação entre os proprietários rurais, essa interação precisa ser melhorada, segundo os próprios entrevistados.

Então eu vejo assim, que existe um espírito de colaboração entre nós, só que esse espírito tem que ser trabalhado ainda mais pra realmente acontecer... Eu sempre digo um exemplo, veja quantos cartões temos aqui (aponta para a mesinha na entrada do estabelecimento) e não é só meu, é do vizinho, de Castro, aqui do São Luiz. Esses que tem contato comigo, podem colocar. Esse espírito nós temos. Quando eu vou a um restaurante e olho que só tem um cartão eu fico triste, é um sinal que o cara de casa não se importa ou não convida os outros empreendimentos ou há problema. (CARAGUATÁ)

As Fortalezas e Oportunidades (aspectos positivos), mesmo em número menor, aparecem nos discursos dos proprietários rurais. Para eles são considerados

como aspectos positivos: a busca de novas experiências por parte dos turistas no meio rural; o retorno dos turistas que se tornam clientes; melhoria na infraestrutura no campo como a luz elétrica e o acesso pelas estradas rurais; os turistas estão trocando de passeios na praia pelo campo em feriados prolongados; a religião e a cultura local unem a comunidade e isso é um fator positivo para o turismo; a localização dos Campos Gerais é favorável ao fluxo de turistas; alguns proprietários rurais estão trabalhando em conjunto na venda de produtos coloniais locais; algumas propriedades rurais estão trabalhando com seguro contra acidentes para proteção ao turista; maior interação entre os idosos das comunidades locais com os turistas; a diversidade de atrativos que existem no mesmo espaço territorial; a iniciativa por parte de alguns proprietários rurais em desenvolver conjuntamente o turismo rural local.

Destacamos algumas respostas:

Sobre a iniciativa própria dos proprietários rurais em desenvolver o turismo rural local:

Estamos criando uma associação que não tá formalizada, mas já partindo pra isso. É uma associação treinando os moradores em determinados cursos: derivados de leite, lã de carneiro, artesanato na palha e bambu. Já tivemos um curso de turismo rural com doze participantes e agora vamos ter mais um curso, isso em questão de 20 dias praticamente já tivemos dois cursos e temos mais três cursos marcados. Toda a comunidade né. Isso tá sendo passado para a prefeitura porque nós estamos, a iniciativa privada fazendo a parte dela e daí *tamo* passando, com o apoio da prefeitura, pra ela dar continuidade na parte política e a parte de divulgação, né. E a infraestrutura que a prefeitura pode fazer né. A associação nós tivemos... Já fizemos a primeira reunião, já tivemos um índice alto. Nós... o nosso bairro aqui de moradores, local da comunidade, são 200 pessoas, mais ou menos, que nós já tivemos trinta pessoas na primeira participação e agora vamos continuar, vamos treinar toda a comunidade em todos esses cursos pra dar prosseguimento nesse caminho. Com assistência, junto com o SENAR pra gente não fazer coisa sem orientação, né. Fazer uma coisa que não vai dar em nada, né?! (GUABIROBA DO CAMPO)

Sobre o interesse por parte dos turistas em busca de experiências:

Outro dia tinha vinte Jipe, na outra ocasião veio 30 Jipe, quer dizer, cada Jipe vem 3-4 pessoas, são 80-100. Mas, pode por 60 pessoas por semana, isso aí é normal. Você sabe que quando o tempo está instável, fica bom pra eles, porque o jipeiro gosta de barro, vem no inverno, no verão. No verão melhora, no verão duplica. É de janeiro a janeiro, eles é o ano todo, só que muda a categoria do pessoal. É outro tipo de pessoal. Tem vindo pessoal de Sorocaba, Itapeva, Capão Bonito, Itararé, é... esses dias veio pessoal de Matão. (ANGICO).

Sobre a interação entre os idosos e os turistas:

Os meus pais são bem de idade. Às vezes quando eles estão lá, o pai acaba conversando bastante com o pessoal. A mãe mesmo, esse final de semana foi bater papo com o pessoal que tava acampado lá. Todo mundo empolgado com ela lá, sabe?! Daí, eles perguntam da região e daí, eles (os pais) contam. Ela (mãe) tem muita história né, passou toda a vida dela aqui também. (CACTO BOLINHA)

Além das debilidades, ameaças, fortalezas e oportunidades (CROSBY, 2009), o grupo aponta algumas soluções para os problemas levantados por eles mesmos, destacamos algumas:

Sobre oferecer novos atrativos no meio rural:

Eu acho assim, por enquanto ainda se procura na Colônia, tanto aqui pra lazer, aqui dentro da minha chácara, mais caminhada e andar (passeios) de bicicleta. Isso foi pouco explorado e não tem pessoas que estão dirigindo isso. Então, a hora que nós oferecer e tiver pessoas que queiram vir, você vai ter, mas até agora não houve essa manifestação da colônia, nem de mim. Eu já tive aqui bicicleta com cem pessoas, até um pouco mais, mas não tô organizado pra isso. Não tem organização ainda. Cabe a nossa parte também oferecer isso porque não fica legal andar numa estrada onde é tão esburacada com a bicicleta pneu fino, não tem condições, né? Então tem que rever esse setor. (CARAGUATÁ)

Sobre o trabalho conjunto entre Conselho de Turismo e Prefeitura

Eu acho que, eu não sei da onde que vem a verba, né? Mas tem que ter um trabalho constante pra você chamar o turista. Conselho e Prefeitura tem que trabalhar junto, né? Passa o tempo e quem fica? (NHAPINDÁ)

Sobre maior divulgação dos atrativos regionais por parte do governo do Paraná

Eu acho que no caso o Marketing tinha que ser geral, aí seria o Estado digamos, vamos pensar em Estado pra uma divulgação maior, mais forte porque não adianta nós conseguirmos fazer uma divulgação só local que traga turistas ao nosso Cânion.... Mas nós vamos no passo a passo conforme nós vamos trabalhando, tendo condições nós vamos melhorando nosso visual, nosso marketing, todas essas coisas, mas é lento, ainda estamos a passos lentos né?! Mas eu acho que pensar em Estado, tanto Estado como também a parte municipal. [...] Que o turista quando ele vem de outro estado, eles me falam que eles só sabem, que só escutam falar do Paraná sobre Foz do Iguaçu. Depois que eles acabam descobrindo outros atrativos do Paraná. (CACTO-BOLINHA)

Sobre o incentivo econômico para projetos ligados ao patrimônio cultural local

Ah eu acho que tinha que ter um incentivo municipal e estadual né?! Pra melhorar né. Por exemplo, eu quero fazer uma... Não um museu, porque o museu precisa de um museólogo. Mas fazer um lugar, por exemplo, aqui foi produzido polvilho por muitos anos, então a rota do polvilho. Então eu tenho todas as máquinas guardadas e queria montar tipo um museuzinho de como que fabrica o polvilho né?! E tentei aqui com o projeto aqui da prefeitura pra pedir pelo Estado, pra ver se tinha algum incentivo nesse ponto, inclusive pra mostrar pra alunos como se produz da mandioca pra fazer o polvilho. Mas, não tem incentivo nenhum. Você não consegue nada de ninguém. Tô

com as máquinas tudo guardas faz anos. Já faz quinze anos que parei de produzir. Tá tudo guardado pra um dia pra eu montar tipo... Não seria um museu, mas seria... A história assim, que era tocado à água, que nós ficava na água aqui né. Então era bonito o sistema antigo. (FLOR-DAS-ALMAS)

Sobre a necessidade de uma governança regional mais efetiva

Eu digo o seguinte, em geral o que hoje se vê: falta líderes. Hoje nós não temos lideranças, pode ser a cooperativa, pode ser associação, esse é o principal ponto lideranças. Lideranças. Faltam e muito. Pode até ter um partido, mas ela tem que escutar mais do que falar. Nas discussões ela não pode tomar partido porque tem que apaziguar. Ter contato com todos, conhecer todos pra poder mesmo... Resolver o problema. É solucionar. (CARAGUATÁ)

Sobre a atuação da governança regional no processo de desenvolvimento do turismo rural, percebeu-se nos discursos que os proprietários rurais sentem a ausência do setor público nos projetos de desenvolvimento do turismo rural regional e ainda não reconhecem ou sentem a presença da instância de governança regional nos projetos de turismo rural.

Na próxima sessão, será tratado sobre o perfil do turismo rural em Aragão Espanha e a relação com a FARATUR.

5.2 FARATUR E O TURISMO RURAL EM ARAGÃO

A FARATUR, além de responsável pela governança do turismo rural em território aragonês também funciona como operadora turística, disponibilizando vários serviços aos turistas. Entre os espaços oferecidos estão os passeios nas vinícolas em *Somontano* (Huesca), roteiros históricos em *Albarracín* (Teruel) e roteiros de contato com a natureza como em *Bierge* (Huesca), além de outras zonas turísticas⁶⁶. Oferecem guias locais específicos para cada segmento, como exemplo o turismo ornitológico em *Gallocanta* (Zaragoza). No anexo II está disponível a lista de zonas turísticas no meio rural de Aragão, conforme dados da FARATUR.

O turismo rural em Aragão é focado no tema ‘turismo de experiência’, que, segundo LUCIA (2016), presidente da FARATUR:

[...] quando vem alguém a uma Vivienda de turismo rural, queremos surpreendê-lo, queremos que veja algo novo [...] Vivemos e ensinamos nossos costumes e tradições a pessoas que vem que fora. Os atendemos e

⁶⁶ É possível visualizar em <http://destinoaragon.blogspot.com.br/>

lhes damos uns dias de férias em um lugar tranquilo ao qual, eles gostam de nossas águas e nossas fontes, nossos passarinhos, nossas borboletas, gostam de valorizar as coisas. (LUCIA, 2016)

Figura 24: Página web da FARATUR



FONTE: <http://www.ecoturismoaragon.com/index.php?&actopc=1>

Sobre o fluxo de turistas nos espaços rurais, de acordo com Jesus Marco Lucia, o número de visitantes nacionais (RABAHY, 2003) é muito superior (93%) aos visitantes internacionais (7%). Os turistas estrangeiros são provenientes quase que exclusivamente da França. Os turistas nacionais (RABAHY, 2003) são provenientes da própria Comunidade Autónoma de Aragão e das grandes cidades como Barcelona e a capital espanhola, Madri.

Sobre o início da atividade turística no meio rural em território aragonês, o presidente da FARATUR relatou que, na metade dos anos de 1980, a Cáritas⁶⁷ teve papel importante como precursor nas ações para o desenvolvimento do turismo rural em Aragão, auxiliando zonas rurais empobrecidas e incentivando a diversificação de atividades econômicas e sociais. A Cáritas incentiva as atividades não somente agrícolas, mas também outras atividades econômicas no meio rural, como o turismo rural.

Em busca de maiores informações a respeito, encontrou-se o livro *La Accion*

⁶⁷ Confederação oficial das entidades de ações de caridade e social da igreja católica na Espanha, instituída pela Conferência Episcopal e que desenvolve em território espanhol importante trabalho de apoio e promoção social a diversos grupos sociais em situação precária e/ou de exclusão social. (CONOCES CÁTICAS, 2016)

Social Cuadernos de Formacion, El Cooperativismo en el Medio Rural, publicado pela Cáritas (s/d), que diz que, em 1988 foi realizado o Simpósio sobre o Mundo Rural Espanhol, realizado em Madri e organizado pela Cáritas Espanhola. Esse evento foi dedicado a analisar com profundidade o tema sobre cooperativismo rural e incentiva a formação do desenvolvimento rural em rede.

Durante o simpósio, os participantes observaram experiências de modelos cooperativos e concluíram que o cooperativismo nasce como uma alternativa para uma necessidade, sendo necessária informação que só pode chegar aos sócios através dos agentes e técnicos. Além disso, o evento defendeu uma educação cooperativa que abrange desde as escolas até os grupos sociais (sindicatos, associações, etc.) e ressaltou a importância da defesa do homem do campo através do cooperativismo, dos sindicatos, das associações, dos partidos, etc.

Assim, pequenos estabelecimentos de hospedagem e alimentação passaram a fazer parte da paisagem rural aragonesa, mais precisamente na região dos Pirineus, de forma muito singela no início dos anos de 1980. (LUCIA, 2016)

5.2.1 Regulamentação do turismo rural em território aragonês

Foi a partir de 1986 que o turismo rural passou a ser reconhecido na Comunidade Autônoma de Aragão, mediante o Decreto 113/1986, de 14 de novembro, sobre ordenação e regulação de meios de hospedagem no meio rural, denominados *Viviendas de Turismo Rural*. (TURISMO...., 2016).

Esse decreto estabeleceu que os empreendimentos devessem estar situados em núcleos rurais como requisito mínimo, objetivando fomentar o desenvolvimento dos meios de hospedagem em todas as zonas onde não houvesse infraestrutura hoteleira tradicional disponível e, principalmente, estabelecer uma semente para a criação de um 'viveiro de empresários'. O objetivo final era fixar a população em condições dignas de renda, mediante a incorporação, em porcentagem significativa, de um novo setor econômico, o turismo. (TURISMO...., 2016).

Essa informação é confirmada pelo atual Diretor Geral de Ordenação do Território da Comunidade Autônoma de Aragão:

Muitos lugares de Aragão se desenvolveram graças ao turismo, especialmente o turismo rural porque é um complemento às atividades do

setor primário, agricultura, pecuária. Claro! É um investimento econômico para permitir que esses territórios sigam tendo vida. Aragão é um território muito rural, com áreas com graves problemas de êxodo e envelhecimento, e criar uma alternativa de turismo rural, se supõe que nesses territórios as pessoas jovens podem permanecer complementando a renda com as atividades do setor primário, com outras atividades como as estações de esqui ou outras atividades econômicas. Pois, em muitos desses povoados existem casas que não decaíram e as pessoas estão residindo (ELTORO, 2016).

Somente a partir da década de 1990 é que as ajudas financeiras europeias vindas de Bruxelas pelos programas LEADER começaram a chegar à Espanha, segundo o Presidente da FARATUR. As ajudas financeiras eram passadas para os governos das comunidades autônomas. Os governos, como o de Aragão, repassavam esses auxílios a pontos de interesse dentro do território como regiões empobrecidas com potencialidade para o turismo, mas que necessitavam de melhorias. “As pessoas pediam créditos ao governo e reformavam as casas, investiam na reforma e as colocavam para o turismo rural”. (LUCIA, 2016)

Os povoados recebiam os recursos para restaurar espaços deteriorados pela ação do tempo, mas de estimado valor arquitetônico e histórico. Segundo depoimento de um dos entrevistados:

Eu tinha a casa e eu coloquei dinheiro em uma propriedade minha que poderia ter se perdido e muito menos teria lucro. As ajudas me animaram a reformar aquela casa que era tipicamente muito bonita, tem umas pinturas preciosas que datam do ano de 1800 e estaria perdida. Então, digo que foi bom porque coloquei um pouco de dinheiro meu, esforço, muito trabalho e outro pouco de ajuda de Bruxelas. Então, entre um e outro, pude fazer isso. Eu reformei e por conta disso, tenho um patrimônio enriquecido. (LUCIA, 2016)

Eltoro (2016) ressalta a importância do papel das mulheres no início da atividade e das ajudas financeiras para o turismo rural que estimularam os investimentos em territórios empobrecidos e sem infraestrutura.

[...] Estamos falando de uma área que até os anos de 1970 e 1980 não havia comunicação. Havia apenas estrada, estrada que estava em más condições. Foi aí que um grupo de mulheres... é muito curioso... elas começaram a restaurar um cômodo, lhes deram uma ajuda para fazer um banheiro, então nem banheiro havia! Digamos que foi o precursor que se multiplicou em muitos lugares.⁶⁸ (ELTORO, 2016)

Atualmente, segundo o Boletim Oficial de Aragão (2016), o documento que regulamenta a aplicação das estratégias de desenvolvimento local participativo na

⁶⁸ Original em espanhol e traduzido pela autora.

Comunidade Autônoma de Aragão para o período de 2014-2020 é o Decreto 56/2016, de 17 de maio. Esse decreto estabelece que o Fundo Europeu de Desenvolvimento Rural – FEADER passe a ser o único fundo estrutural que co-financie o desenvolvimento local participativo, passando a designar-se como *desenvolvimento local LEADER*, tal como prevê a normativa comunitária.

As bases de *ajudas LEADER* estão co-financiadas pela administração da Comunidade Autônoma através do Departamento de Desenvolvimento Local e de Sustentabilidade e pelo FEADER, tendo como objetivos o fomento ao emprego, a diversificação econômica e a melhoria da qualidade de vida no meio rural aragonês. (BOLETÍN..., 2016)

Sobre as exigências para receber essas ajudas, de acordo Gutierrez (2016), no início era necessário que os proprietários rurais tivessem alguma vinculação com programas do governo, porém, atualmente não. De acordo com as normas europeias, o governo não pode obrigar as propriedades rurais a tornarem-se empresas para receber as ajudas financeiras, os proprietários rurais são considerados autônomos. De acordo com Gutierrez (2016), é necessário não criar barreiras conforme vão nascendo esses empreendimentos. Segundo ela, uma das barreiras impostas e que posteriormente se aboliu foi a obrigatoriedade dos proprietários rurais em residirem nos povoados.

Para receber as ajudas financeiras, é realizada convocatória de financiamento junto a FARATUR, por ser a governança que assume todas as associações de turismo em território aragonês. São dois tipos de ajudas. A primeira é relacionada à qualidade e a segunda a promoção. Com objetivo de gerar qualidade, o governo convoca auxílios para as empresas turísticas e *Viviendas Rurais* buscando a modernização, promovendo assim, o turismo rural regional. (GUTIERREZ, 2016)

As empresas e *Viviendas* podem pedir ajuda financeira junto à administração pública, sem a intervenção da FARATUR. Na promoção, a FARATUR recebe as ajudas do Governo de Aragão para divulgação dos empreendimentos em feiras e em publicações, promovendo o turismo rural regional. As ações são realizadas sempre de acordo com a política de governo. Como diz Gutierrez (2016): *É assim! Vamos na mesma mão!*

Para a promoção, tanto a FARATUR como as associações de *Viviendas* de turismo rural podem anualmente solicitar auxílio financeiro sem fins lucrativos, objetivando dinamizar a oferta turística da Comunidade Autônoma de Aragão. É

permitida a confecção de material de promoção turística, campanhas publicitárias em diferentes meios, assistência a feiras e ações de promoção, organização de celebrações, concursos e eventos turísticos e gastronômicos, ações de sensibilização à qualidade, formação e adesão a novas tecnologias, na gestão das redes sociais e a site online para promoção turística. (TURISMO..., 2016)

Já os auxílios para as casas e *Viviendas rurales*, a procura por ajudas financeiras ultimamente é bem menor que nos anos de 1990, segundo o presidente da FARATUR. Segundo Jesus Marco Lucia, a justificativa desse fato é que os proprietários já não necessitam de auxílio financeiro porque conseguiram se consolidar na atividade, reformaram seus estabelecimentos e porque a porcentagem de ajudas vindas da Comunidade Europeia por propriedade rural é menor nos dias de hoje.

Hoje em dia, outros investimentos são necessários. Para o Governo de Aragão, o que é imprescindível de momento é investir no aumento da permanência média de turistas nos estabelecimentos de turismo rural. A meta principal é aumentar o fluxo de turistas estrangeiros por acreditar que esse fato pode gerar o turismo de qualidade. O Governo estima que é necessário investir mais em formação profissional, como em língua estrangeira. A falta de conhecimento em idiomas é uma barreira que dificulta a atração de turistas estrangeiros para a região. Também é importante investir em tecnologia, pois em muitos lugares não chegam os sinais de WIFI e telefonia móvel, tão necessários em tempos modernos e que ainda são um problema. (GUTIERREZ, 2016)

De acordo com o Regulamento das *Viviendas* de Uso Turístico em Aragão, os empreendimentos devem estar cadastrados nas províncias onde estão situados. Antes de iniciar na atividade turística ou para modificar ou reformar o estabelecimento, o proprietário deve formalizar uma declaração de responsabilidade ao serviço provincial correspondente do departamento de turismo, conforme estabelecido na legislação turística da Comunidade Autônoma de Aragão. (EL REGLAMENTO..., 2016).

Todos os empreendimentos passam por fiscalização, inspeções sanitárias, registro de hóspedes e fluxos de caixa. As que não estão cadastradas são consideradas ilegais. Para Gutierrez (2016), os ilegais são um problema porque vão contra os que são legalizados. Existe uma demanda de turistas que frequenta os estabelecimentos ilegais e a administração pública estabelece planos de inspeção

para inibir a ilegalidade.

Sobre o excesso de oferta turística, naqueles núcleos onde se verifica a existência de suficiente oferta turística, é possível a exclusão, por parte do Conselho do Departamento de Economia, Fazenda e Fomento, da possibilidade de autorização de novos empreendimentos de turismo rural nesses núcleos. (DECRETO 69/1997)

As Normativas que regulam o setor do turismo rural em Aragão são:

- Decreto 69/1997, de 27 de maio, do Governo de Aragão, por ele se aprova o Regulamento sobre a ordenação e regulação dos alojamentos turísticos denominados *Viviendas de Turismo Rural*;
- Lei 6/2003, de 27 de fevereiro, do Turismo de Aragão;
- Diretiva 2006/123/CE, de 12 de dezembro, do Parlamento Europeu e o Conselho relativo aos serviços no mercado interior;
- Lei 3/2010, de 7 de junho, que modifica parcialmente a Lei 6/2003, de 27 de fevereiro, do Turismo de Aragão;
- Lei 3/2012, de 8 de março, das medidas fiscais e administrativas da Comunidade Autônoma de Aragão;
- Texto unificado da Lei do Turismo de Aragão.
- Decreto 56/2016, de 17 de maio.

O Decreto 69/1997, estabelece as exigências para autorização de funcionamento das *Viviendas de Turismo Rural* e que se ampliaram desde o Decreto de 1986, porém, são exigências muito menores que para os outros estabelecimentos turísticos, mantendo o apoio inicial nesse setor.

A Lei 6/2003, vigente até 12 de abril de 2013, regulamenta em seus artigos 41 a 43 os estabelecimentos de turismo rural, ordenando a classificação dos meios de hospedagem em categorias identificadas por figuras conhecidas como *aldaba*⁶⁹

⁶⁹ É uma peça especialmente de ferro ou bronze, fixada na parte exterior da porta de entrada de residências, tendo uma base articulada que se utiliza para bater na porta para chamar o proprietário.

em povoados de menos de três mil habitantes, mostrando que esses estabelecimentos estão autorizados, inspecionados, registrados e disciplinados frente as suas comarcas e órgãos reguladores. A figura 25 mostra que ainda estão presentes essas placas de classificação em estabelecimentos, como no povoado de Alquezar, em Huesca.

Figura 25: Figura representando *aldabas* – empreendimentos classificados



FONTE: Acervo da autora.

No ano de 2006, o Parlamento Europeu e o Conselho aprovaram a Diretiva 2006/123/CE, relativo aos serviços no mercado interior⁷⁰, afetando o exercício de atividades econômicas no espaço europeu, como as atividades turísticas, tendo a normativa turística que se adaptar aos conteúdos da Diretiva.

A Lei 3/2010, modifica parcialmente a Lei 6/2003 e a Lei 3/2012 refere-se a medidas fiscais e administrativas da Comunidade de Aragão, incorporando os mandatos da diretiva europeia ao direito turístico aragonês. As modificações aplicadas ao turismo rural são: a eliminação da classificação por *alcabas*, anulando o regulamento anterior; o regime de autorização por parte da administração é substituída por uma declaração responsável; a obrigação de comunicação de preços ao governo é eliminada; se elimina o princípio de unidade de exploração dos estabelecimentos turísticos; se introduz a obrigatoriedade por parte das empresas de dar resposta as eventuais reclamações no prazo mais breve possível; se

⁷⁰ Publicada em Diário Oficial da União Europeia L376/42, de 27 de dezembro de 2006.

incorporam novos instrumentos específicos de fomento à qualidade. (TURISMO..., 2016).

A Associação Espanhola de Turismo Rural – ASETUR, instância de governança que representa o turismo rural em todo o território espanhol, no qual a FARATUR faz parte, desde 2010, trabalha para adoção da nova classificação de turismo rural baseada em cinco níveis. Essa proposta passou a ser debatida mais efetivamente no Plano Nacional e Integral de Turismo - PNT 2012-2015. (TURISMO..., 2016).

O objetivo dessa classificação é buscar uma similaridade com a categorização dos hotéis, porém, no lugar das estrelas são utilizadas plantas que os espanhóis chamam de *espigas* que representam milho, ver figura 26, variando de uma a cinco conforme critérios estabelecidos, além de padronizar o mesmo sistema de classificação em todo o território espanhol.

Figura 26: Espigas



Fonte: Dossier de Prensa. Informações sobre a FARATUR.

Figura 27: Padronização na classificação das Comunidades Autônomas
Sistema DAFO - Análise de um Determinado Espaço Territorial

Fonte: Dossier de Prensa. Informações sobre a FARATUR.

A ASETUR está utilizando como modelo o sistema usado na França, país pioneiro em temas relacionados ao turismo rural. (CLASIFICACIONES..., 2016). Essa proposta está entrando em vigor.

Sobre conselho de turismo, a Comunidade Autônoma de Aragão possui o conselho consultivo de turismo representado por todos os setores e representantes das administrações e competências em turismo.

Existe também o Departamento de Economia e Emprego que realiza ações

para a promoção e fomento do turismo em território aragonês, especialmente o turismo rural, por entender que o seu desenvolvimento contribui para a criação de infraestrutura turística em determinados núcleos rurais, oferecendo possibilidades de emprego, beneficiando a permanência da população rural e o equilíbrio territorial. (TURISMO ..., 2016).

Segundo a Fundação Econômica Aragonesa – FUNDEAR:

[...] o subsetor das Viviendas de turismo rural cresceu de forma notável durante as duas últimas décadas, desempenhando um papel destacado em numerosas vertentes, como: 1) a dinamização das economias locais; 2) a geração de rendas complementares para a população rural; 3) a criação de novas atividades rentáveis, principalmente para as mulheres; 4) a conservação e revalorização do patrimônio imobiliário rural; 5) a criação da oferta de hospedagem em zonas pouco turísticas e com baixo fluxo de demanda; 6) incentivo ao aumento da atividade turística, entre outras⁷¹. (FUNDEAR apud TURISMO..., 2016).

Mesmo após 30 anos desenvolvendo atividades de turismo rural em território aragonês, o Governo considera o turismo como um setor alternativo-complementário para os territórios rurais, principalmente para as áreas com sérios problemas de evasão por parte da população rural. Essa evasão se dá pela insuficiência do setor agropecuário em gerar renda insuficiente para mantê-los nesses territórios. (TURISMO ..., 2016)

Porém, foi percebido que as pessoas que moram no espaço rural de Aragão não se sustentam somente da renda do turismo. De acordo com o presidente da FARATUR: *Não se pode viver somente do turismo rural. Estamos falando de uma casa com uma ocupação de 17% de dias do ano, estamos falando de 60 dias, 70 dias no ano. É muito pouco.* Assim, a renda provinda da agropecuária se complementa com a renda do turismo rural e vice versa.

Outro fator que reforça esse fato, segundo a FARATUR, é o número de acomodações oferecidas pelas casas rurais que são de quatro e no máximo 12 leitos. “Com 12 leitos não se pode criar emprego”. (LUCIA, 2016). A atividade de turismo rural serve apenas para auxílio à renda familiar do dono da propriedade rural.

5.2.2 Oferta Turística Rural

Durante o período de 1986-1997, o setor turístico rural registrou taxas de

⁷¹ Traduzido do espanhol pela autora.

crescimento anual superiores a 15%, permitindo consolidar rapidamente importante oferta regional. Posteriormente, o turismo rural em Aragão viveu períodos de estagnação (1998-2000, 2003, 2008), intercalados com outros períodos de crescimento mais moderado (2001-2002, 2004-2005-2006). Presentemente, o setor alcançou certo grau de maturidade, se consolidando nos espaços com aptidão para o desenvolvimento da oferta turística rural. No período de 2007 a 2010, a oferta de hospedagem continuou crescendo, destacando-se maior aumento de hospedagem de categoria superior. Essa situação que se manteve no período 2011-2012. (TURISMO..., 2016)

Atualmente, o número de *Viviendas* de turismo rural é de 1638, sendo a província de Huesca a que concentra a maior parte, 1123, enquanto que 305 estão localizados em Teruel e 210 em Zaragoza. (ANUÁRIO..., 2016) Se somados os meios de hospedagem no espaço rural incluindo as casas rurais, *Viviendas*, albergues, refúgios de montanha, teremos os seguintes números: (tabela 4):

Tabela 4: Oferta Total de hospedagem de turismo rural em Aragão.

	ALOJAMIENTO HOTELERO, EXTRAHOTELERO Y RURAL			ALOJAMIENTO AL AIRE LIBRE			TOTAL		
	ESTABLEC.	HAB. Y APTOS.	PLAZAS	ESTABLEC.	PARCELAS	PLAZAS	ESTABLEC.	HAB., APTOS. Y PARCELAS	PLAZAS
HUESCA	1.674	13.850	33.457	71	6.867	24.559	1.745	20.717	58.016
TERUEL	915	6.663	15.268	18	884	3.486	933	7.547	18.754
ZARAGOZA	664	11.167	21.663	15	1.292	5.090	679	12.459	26.753
ARAGÓN	3.253	31.680	70.388	104	9.043	33.135	3.357	40.723	103.523

Fonte: Anuário Estadístico de Turismo 2016

A proporção de estabelecimentos por província é apresentado da seguinte forma, 21% estão em Zaragoza, 28% estão em Teruel e 52% estão em Huesca.

A justificativa para a maior concentração de estabelecimentos estarem em Huesca (52%) pode estar relacionada com a proximidade dos Pirineus e os incentivos por parte do governo em programas de turismo de montanha, turismo de neve e a existência das estações de esqui nessa região.

De acordo com o Governo de Aragão, o aumento elevado em tão poucos anos provocou uma grande diversidade no crescimento da oferta. Esse fato atentou para a necessidade de melhorar a competitividade deste setor, incorporando a gestão da qualidade e melhorando a colocação no mercado, uma vez que os

estabelecimentos de turismo rural, como hospedagem, não podem ficar a margem da estratégia de melhoria da qualidade, pois fazem parte de um conjunto da oferta turística aragonesa e estão sujeitos às exigências da competitividade atual do mercado turístico. (TURISMO..., 2016)

A importância e peso do turismo rural em Aragão é muito maior se levarmos em consideração que o mesmo aglutina 46,37% dos estabelecimentos de alojamento turístico da Comunidade Autônoma, e 91,41% no caso da oferta extra hoteleira. É o segmento de turismo que permite adequar minimamente a função de hospedagem em pequenos núcleos rurais disseminados por toda a geografia regional, em espaços onde a quase inexistente demanda não permitia maiores investimentos. (TURISMO..., 2016)

A Comunidade Autônoma de Aragão ocupa o sexto lugar em oferta de leitos quanto à oferta de turismo rural, atrás de Castilla y León, Catalunha, Castilla La-Mancha, Astúrias e Andaluzia. (TURISMO..., 2016).

Segundo dados da *Escuela de Ocupación en Alojamientos de Turismo rural* e pelo Instituto Aragonês de Estatística – IAEST, durante o ano de 2011, o turismo rural aragonês recebeu um total de 122.397 turistas totalizando 376.051 pernoites. (TURISMO,... 2016).

Conforme demonstra a tabela 5, somente nos meses de janeiro a setembro de 2016, o número de turistas já é de 125.642, chegando a 386.561 pernoites, conforme dados do IAEST (2016) conforme descrito no quadro 3. O ano de 2015 apresentou o número de 151.784 turistas e 449.143 pernoites. Esses números deverão ser alcançados no ano de 2016, já que a média de turistas mensal é de 12 a 15 mil. (GOBIERNO DE ARAGÓN, 2016).

Tabela 5: Ocupação de hospedagem no Turismo Rural em Aragão – setembro/2016

Ocupación en alojamientos de turismo rural			Aragón	
	Último dato (sep-16)		Acumulado (sep-16)	
	Total	Variación interanual	Total	Variación interanual
Nº de viajeros. Total	13.190	4,5	125.642	12,3
Nº de viajeros. Residentes	11.485	3,3	110.788	12,7
Nº de viajeros. Extranjeros	1.704	13,2	14.851	9,9
Nº de pernoctaciones. Total	31.401	4,7	386.561	9,8
Nº de pernoctaciones. Residentes	26.418	3,7	335.234	10,5
Nº de pernoctaciones. Extranjeros	4.984	10,6	51.327	4,9
Estancia media (nº días)	2,38	0,2	3,08	-2,3
Grado de ocupación por plazas (%)	10,80	3,7	-	-
Grado de ocupación por habitaciones (%)	13,91	5,5	-	-
Personal empleado (nº personas)	1.352	-1,5	-	-
Cuota de mercado en España. Viajeros (%)	3,89	-5,2	4,55	0,5
Cuota de mercado en España. Pernoctaciones (%)	3,62	-6,1	4,92	-2,9

Fonte: Instituto Aragonês de Estatística (2016).

Esses dados mostram que o turismo rural tem crescido nos últimos anos, ultrapassando a fase de estagnação mencionada pelo Governo aragonês. A estadia média dos turistas nesses estabelecimentos é de 03 dias. O número de empregos gerados é de 1.352⁷². De acordo com a FARATUR, os meses de maior fluxo de turistas são julho e agosto. Os feriados prolongados recebem uma taxa de ocupação de até 100% nos estabelecimentos de hospedagem.

O número de turistas estrangeiros (51.327) é menor que o número de turistas internos/residentes (335.234) caracterizando o turismo doméstico.

5.2.3 Sobre a Organização Comunitária

Assim como nos Campos Gerais, em Aragão, os proprietários rurais também pertencem a uma coletividade específica. Estão organizados na busca em desenvolver a atividade turística de forma comunitária. Para entender como se dá essa organização e qual o papel da governança, foram realizadas entrevistas em três propriedades rurais distintas. Duas estão localizadas na região de Huesca, no povoado de Bierge e uma está em Teruel. Para a análise do discurso, foi utilizado o

⁷² Dados de setembro de 2016, conforme IAEST.

método de Bardin (2004).

Sobre a espacialidade do discurso, é possível notar que a organização comunitária está muito presente na sua região. Esse fato é percebido pela quantidade de citações sobre a espacialidade *povoado* que é evidenciado nos discursos dos entrevistados.

Adonis Pyrenaica:

Nós temos aqui no povoado três casas rurais, uma fábrica de azeite, dois albergues... [...] Não existe aspecto negativo do turismo rural no povoado, pois, quanto mais gente no lugar, mais benefícios há. [...] Por exemplo, se em Alquezár há muita gente e está cheio, e se temos bom relacionamento, eles nos enviam os turistas a Bierge. Pois dividimos as pessoas de um lugar a outro. O que eu te digo é que, quando se chega aqui, busca-se um hotel: Olá, tem quarto disponível? Pois, com outros povoados daqui ao lado, é igual. Chama: Olá, vocês tem quartos disponíveis? É que tenho uns clientes aqui e querem ir a Bierge.... E se não cabem aqui, eu os mando para outro estabelecimento e outros a outro. (ADONIS, PYRENAICA)

Limosella Aquática:

Com o turismo rural entra mais serviços numa zona, isso é melhor. Tem-se um cliente hospedado por uma semana e, um dia quer tomar uma cerveja num lugar e não tem nenhum lugar para ir, é como um lugar isolado. Mas se está nesse povoado, podemos dizer: Dê uma volta e compre um azeite, pode ver o mel que o senhor lhe mostrará, ou pode ir tomar uma cerveja no comércio quando quiser, ou pode ir ver o rio e comer uma paella. Sabe que as pessoas não vivem fechadas na sua casa, turismo rural está sempre ligado aos recursos naturais e os recursos que se pode visitar. [...] Pois se temos um cliente e você não pode hospedar, busca-se uma solução para ele. A questão é que temos que fazer com que o cliente venha, o interessante é isso, que venha. (LIMOSELLA AQUATICA)

Percebe-se uma forte ligação entre os estabelecimentos e entre os povoados vizinhos na busca pela integração do turismo no território local. Os estabelecimentos não pertencem a um ou outro proprietário e sim pertence a coletividade, como uma equipe que trabalha unida para vencer um jogo num campeonato. Uns dependem dos outros como mostra a seguir:

Nós não podemos ofertar uma atividade que não nos propusemos aqui. O que fazemos sempre é contar com a colaboração de empresas que a faça. Como os serviços de guia. Se quiserem realizar atividades externas ao nosso hotel, sempre se tem a colaboração de empresas de guias. Nós não podemos ser guias. Nós colocamos os clientes em contato com as empresas, fazemos uma interação com as empresas, sem problema. (LIMOSELLA AQUATICA)

A Comunidade Autônoma de Aragão conta com uma Escola Universitária de

Turismo, em Zaragoza. Entretanto, segundo o seu diretor, o Sr. Nicolás Guillén Navarro⁷³, seus alunos não têm interesse em realizar estágio ou trabalhar posteriormente nos povoados que exercem atividades de turismo rural. O motivo, segundo o diretor, é que os alunos não gostariam de trocar uma cidade maior, como Zaragoza, para morar num dos povoados. Outro motivo também é o perfil do curso, que está voltado para formar profissionais para trabalharem nas grandes redes de hotéis e em eventos e não em pequenos estabelecimentos. Ainda segundo o diretor, se um aluno desejar aprender sobre como abrir um negócio e trabalhar com o turismo rural, é elaborado material especificamente para esse aluno, como já houve um caso. (NAVARRO, 2016)

Como os pequenos empreendimentos de turismo rural nos povoados não podem contar com um profissional formado na área, um dos depoimentos que mais chamaram a atenção diz respeito ao capital social, em que os próprios agricultores, proprietários de casas rurais se dispõem a ensinar o que sabem para o restante do grupo que fazem parte da mesma associação.

Se você passa informações do que você sabe fazer, bom... é o que temos de recurso. Cursos de ornitologia, de gastronomia, de restauração de móveis antigos para decorar as casas e fazemos as práticas, fazemos cursos de café da manhã. Pois, a pessoa que sabe fazer ensina aos demais. [...] É um trabalho voluntário, não é cobrado. Eu quando vou dar uma aula, não cobro. Não podemos permitir isso. Se outro sabe outra coisa, ensina em apoio à associação. Outro não sabe dar um curso, mas chega e diz: eu vou a uma feira, então me deem seus folhetos que eu vou falar com os visitantes. A parte dessa pessoa está na parte dos folhetos, entende? Cada um faz o que sabe. Tem gente que sabe tecer, senhoras idosas, elas ensinam os outros a tecer as pontinhas das toalhas de banho. [...] é o contato, conhecer-se. Precisamos estar em contato uns com os outros e isso se leva adiante. [...] é a moeda social. (LUCIA, 2016)

Dentro do sistema DAFO (CROSBY, 2009), as Fortalezas e Oportunidades são maiores que as Debilidades e Ameaças, conforme mostra o gráfico 6.

O cooperativismo e a união são considerados os pontos fortes, as fortalezas do grupo. As ajudas financeiras promovidas pela CE por meio dos programas LEADER são consideradas fundamentais no início da atividade turística rural. Também é citada a importância da geração de emprego no meio rural:

Nesses momentos as oportunidades externas são as de Bruxelas que envolvem os temas econômicos que te ajudam a conseguir coisas, então eles te ajudam. Como eu havia dito, em Bruxelas sai informação, pela

⁷³ NAVARRO, Nicolás Guillén. Diretor da Escola de Turismo de Zaragoza. Entrevista concedida à autora, em 15 de fevereiro de 2016.

informação vem daí esses jovens que eu disse antes, que vieram novos e que se incorporaram ao meio rural. Se não vem desde Bruxelas as ajudas ou algo, morrem. (FICUS CARACA)

Gráfico 6: Sistema DAFO no turismo rural de Aragão.



FONTE: Elaborado pela autora, conforme Crosby, 2009.

O retorno da população jovem é citado na entrevista com o presidente da FARATUR quando afirma que, devido à crise econômica na Espanha iniciada em 2008, muitos jovens estão retornando aos povoados e investindo em casas rurais para o turismo. Essas pessoas, segundo ele, trazem ideias novas que favorecem o setor turístico. De acordo com *limosella Aquatica*, Bierge atraiu pessoas de fora do povoado para investirem no turismo rural. Existem duas casas de turismo rural que são administradas por pessoas vindas de outros lugares. Uma das casas é de propriedade de uma jovem senhora francesa e outra é de uma empreendedora jovem vinda de Barcelona.

Outro fator classificado como oportunidade é o aumento da demanda internacional (RABAHY, 2003) devido aos conflitos internacionais.

Fatores que tem ajudado e que são muito maus (para quem vive na África), é todo o problema que tem ocorrido em toda a região da África e tem feito com que um montão de visitantes franceses que eram potencialmente visitantes das zonas norte africanas, estão deixando de viajar para lá e estão vindo à Espanha. Não te digo unicamente aqui, mas no geral, a toda a Espanha, assim como os franceses, os ingleses têm feito o mesmo.

(LIMOSELLA AQUATICA)

Conforme apontamentos de Lunardi et. al (2015) sobre a valorização da mulher no turismo rural, de acordo com dados da FARATUR, 70% das propriedades rurais que desenvolvem atividade de turismo rural em Aragão são administradas por mulheres. Dos 30% administrados pelos homens, 60% são gerenciadas por mulheres. Segundo o presidente da FARATUR, muitas mulheres empreendedoras encontravam-se em povoados de 12 a 14 habitantes e com baixa autoestima antes de ingressarem na atividade turística. Para o presidente da FARATUR, mais importante que o desenvolvimento econômico, é o desenvolvimento social das populações rurais. Classifica-se como oportunidade as atividades de turismo rural rentáveis para as mulheres. Segundo Lucia (2016):

A grande trabalhadora desse filme é a mulher. Logo, essa gente (mulheres e seus familiares), dentro do que é o povoado, torna-se um pouco elite por essa senhora que, por trabalhar com a atividade turística, é bonita, encantadora, muito adorável e tudo isso. E faz as coisas e está em casa, fazendo a comida e vem do campo a ajudar o marido. Esta mulher, nesse momento passa a cuidar-se, porque no final de semana vêm os hóspedes. Então, vai ao cabelereiro, corta os cabelos, vai para arrumar-se com esse dinheiro que ganhou em casa trabalhando e ela compra umas roupas, uma jaquetinha, umas calças. O dinheiro do marido somente dava para arrumar o trator, comprar comida. Isso faz subir a autoestima também a um nível dentro de todas as mulheres do povoado, mulheres que de alguma maneira tentam imitá-la também. Veem-na trabalhando muito bonita, pois vão ao cabelereiro também. Parece-me importantíssimo. Eu quando falo dos valores do turismo rural, para mim isso é o mais importante. Eu lembro e conto em muitíssimas reuniões porque me parece uma coisa, uma mulher é companheira do marido e ela nunca deu um presente ao seu marido porque ela não tinha o dinheiro seu. Para elas, buscar um dinheiro da conta bancária do marido para dar presente para o próprio, não é válido. Pois claro! E agora elas dão presentes para os maridos, camisas, calças e tudo que podem gostar os maridos. Isso é importantíssimo. (LUCIA, 2016)

Sobre fortaleza, um fator considerado pelo grupo é o da fiscalização por parte da comarca. Que segundo um dos entrevistados, além de inibir a presença de empreendimentos irregulares, auxiliam no planejamento e na forma adequada de funcionamento dos estabelecimentos.

Nós temos muita fiscalização, eu entendo que há coisas que ajudam no caso. Se há um problema no edifício, se levo nas normas, tudo é mais controlado. Você imagina se alguém deixa um cigarro e se inicia um incêndio, se eu tenho a previsão de incêndio, sei o que tem que fazer e poderei evacuar todas as pessoas sem nenhum problema. Sei que tudo custa, é custoso, mas te dá tranquilidade, fica tudo mais organizado, mais controlado. Te digo o mesmo na cozinha, prefiro ter toda essa obrigação (de normas de higiene) para que eu tenha o controle do que eu tenho que fazer, tudo tem sua vantagem e desvantagem. Eu creio que é necessário porque,

é algo pequeno se comparado aos problemas que podem vir depois. Necessita ter um plano de trabalho, um plano econômico, um plano de marketing, um plano para tudo. (LIMOSELLA AQUATICA)

Sobre as Debilidade e ameaças, a Chefe de Serviço de Ordenação e Regulação das Atividades Turísticas do Governo de Aragão, Encarnación Estremera Gutierrez citou a falta de língua estrangeira e os problemas de telecomunicações. Esses fatores estão presentes nos discursos dos proprietários rurais. Sobre a necessidade de formação profissional em língua estrangeira:

Eu não posso fechar (um pacote) porque eu não falo mais que Good Morning e nada mais. Se vier um alemão, pois eu já não sei dizer bom dia em alemão. Quer dizer, é um problema que temos. Uma pessoa como nós, eu não vou estudar inglês, mas minha mulher e meus filhos falam corretamente o inglês. Se estão em casa, posso coloca-los no telefone e fecham (o pacote), mas eles não estão habitualmente. (FICUS CARICA)

A solução para ele seria a criação de uma central de reservas:

[...] a única solução é ter uma central de reservas, uma central de reservas que seja atendida por pessoas que falem dois, três, quatro idiomas. Então pode buscar uma pessoa que fale inglês, francês e alemão, outro que fale chinês, é importante o turista chinês. [...] Mas a central de reservas, 3 moças por exemplo, atendimento, por 3 turnos são 9 moças, 9 moças ou moços, 9 pessoas atendendo mais todos os custos, é tudo inviável. É inviável, tem que ser uma grande empresa para que monte essa central de reservas senão não é viável. (LUCIA, 2016)

Sobre os problemas de telefonia e Internet:

Aqui o maior problema que temos agora mesmo são as telecomunicações, não temos telecomunicações. Estamos falando de o mundo que se move através dos dispositivos móveis e todo mundo de maneira virtual e nós continuamos encravados no século XX. Isto é sério porque não nos permite estar visível. Tendo em conta que temos uma Barcelona em nível de turismo, o turismo rural necessita ser visível e se não é visível, ninguém virá. Os serviços telefônicos são um inferno porque muitos dias os clientes não podem se comunicar contigo, com a qual, te chamam quatro vezes e na quinta busca outro lugar. A Internet funciona muito mal. Muitas vezes temos problemas. Enviamos e-mails e existem cortes e não chegam. Estas são coisas que poderiam ocorrer antes, agora já não podem ocorrer. Não podem ocorrer porque se você não responde no tempo razoável, o cliente crê que não é um tempo razoável, já não te busca mais. O problema é que o mundo avança num tempo acelerado e nós aqui seguimos com uns problemas enormes nesse aspecto. nem planos ADSL tem aqui. Temos uma espécie de cabos que vem de Zaragoza, que tem um monte de problemas. Para nós, é um problema para seguirmos competentes. (LIMONELLA AQUATICA)

Apesar da afirmação da FARATUR de que o turismo rural em Aragão gera

emprego e renda somente para os proprietários dos estabelecimentos e empregos temporários na alta temporada (julho e agosto), existem estabelecimentos em que a mão de obra contratada é muito superior a familiar, como a *Hostelaria de Guara*:

Nós começamos nos anos oitenta, começamos meus pais e minhas irmãs e eu ajudando. [...] a mão de obra era 100% familiar, somente havia uma ou duas pessoas que ajudavam, como muito, algumas horas na época de maior demanda. Houve mudanças no estabelecimento. Começamos com toda a família, uma ou duas pessoas externas e hoje somos agora quinze pessoas trabalhando aqui e somente duas pessoas da família, eu e minha irmã. (LIMOSELLA AQUATICA)

Dentro dos aspectos negativos, aparece a preocupação com a massificação do turismo rural na região pesquisada.

A ameaça nessa região em concreto é a perda da identidade como lugar tranquilo, com poucos serviços e que, de alguma forma perde sua identidade e pode massificar tudo. Isso começou no ano passado em certas datas em destinos turísticos como Alquezár, que é muito conhecido, duplicou sua capacidade de visitação, apareceu na imprensa a nível nacional e como resultado, houve dias desagradáveis. (LIMOSELLA AQUATICA)

Existe um número limite de estabelecimentos de turismo rural em cada povoado, evitando assim o excesso de oferta em relação a demanda. Quando ocorre o contrário, a demanda é maior que a oferta, em regra na alta temporada, os estabelecimentos buscam atender e manter na sua região o maior número de hóspedes possível porque são nesses períodos que efetivamente lucram com a atividade turística.

Como visto nesse capítulo, o turismo rural na Comunidade Autônoma de Aragão ocorre de maneira organizada e com normas e decretos que estabelecem as regras para a execução da atividade. São os instrumentos programáticos (VELASCO, 2011). Procuram desenvolver o turismo de forma coletiva, buscando a valorização do local, prevalecendo o sentimento de pertencimento ao lugar. Valorizam suas habilidades e a dos outros que fazem parte da mesma comunidade, visto na questão do Capital Social.

A cooperação e a união são pontos fortes no desenvolvimento da atividade e o resgate da autoestima está presente nos discursos quando se fala no papel feminino dentro da atividade turística rural.

A fiscalização que poderia ser uma ameaça para alguns lugares, em Aragão

é vista como aliada, uma vez que auxilia na organização do empreendimento e diminui os riscos de acidentes e prejuízos, segundo os proprietários rurais.

Os problemas existem, como de língua estrangeira e telecomunicações, porém, todos, poder público e privado estão cientes dos mesmos problemas e pensam em formas de solucioná-los. Nos Campos Gerais, os proprietários rurais sentem a ausência do poder público nos projetos de desenvolvimento do turismo rural regional. A falta de uma política pública voltada exclusivamente para esse setor prejudica a existência da atividade, ocorrendo a desmotivação dos envolvidos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa realizou estudos sobre a governança regional nos Campos Gerais do Paraná e de Aragão, Espanha, levando-se em consideração os projetos que estão mobilizando diversos atores locais para o desenvolvimento do Turismo Rural.

O turismo é considerado como um agente de mudança, tanto econômica quanto social, que pode estimular a geração de emprego e o investimento. Porém, os critérios meramente econômicos causam um devastador individualismo. É importante pensar o desenvolvimento do turismo estimulando a valorização dos bens públicos e do interesse público, dando ênfase aos valores éticos e o planejamento participativo, que somente a partir dos anos de 1990, é que se passou a estimular o planejamento participativo por meio de uma perspectiva integradora ligando o social, político, econômico e cultural em programas capazes de unir os territórios regionalmente por meio de projeto e políticas públicas ligadas ao turismo.

Com isso, valorizam-se os elementos endógenos dos territórios para o desenvolvimento local e se adota políticas *de 'baixo para cima'*, dando abordagem participativa e abrindo espaço para atividades diversificadas.

Dentro da percepção integradora do território, as políticas públicas são voltadas e estimuladas não somente aos aspectos econômicos, mas levam em consideração as demais dimensões sociais, como na Espanha, por exemplo, ao tratar da desertificação dos povoados e da valorização do trabalho feminino.

Sobre as redes geográficas, consideraram-se ambas como redes políticas planejadas: a ADETUR por ter sua origem na antiga Agência Rota dos Tropeiros, vindo a tornar-se a ADETUR Campos Gerais, e a FARATUR, por sua criação como órgão representativo das associações de turismo rural de Aragão.

Conclui-se que as redes possuem alguns aspectos semelhantes como origem planejada, natureza dos fluxos, função de suporte, finalidade, a existência virtual, a frequência permanente, a escala regional, a forma espacial e a conexão interna e externa. Uma das diferenças está na ausência do Estado na estrutura da governança regional da FARATUR. Dentro dos projetos é cada vez menor a participação do Estado.

Ao Estado cabe o investimento em infraestrutura, a criação de normas e leis e a sua aplicação e da criação de políticas públicas para cada setor. Às governanças

regionais, cabe o papel de dar ordem nas formas de coordenação horizontal e vertical, utilizando como ferramenta a política setorial pública, para desenvolver os projetos regionais integrados em redes.

Sobre a atividade turística em ambas as redes, ela apresenta uma multiplicidade de atores na organização e na prestação de serviços e a articulação entre os envolvidos. O aparelhamento da atividade requer avaliação e profissionalismo, além de normas e espírito de cooperativismo, que em alguns momentos não foi possível encontrar durante a pesquisa.

O turismo rural como atividade econômica é visto como 'alternativo', como fenômeno capaz de desenvolver os territórios de forma integrada, vindo a contrapor a massificação do turismo de 'sol e praia' e como possível solução para a desertificação de certos espaços rurais empobrecidos, como no caso da Espanha. O turismo surge como projeto para resolução de problemas por parte do Estado que intervém mediante políticas públicas.

Em se tratando de Aragão, o fato da existência de uma governança regional, a FARATUR, e de uma política pública específica para o setor de turismo rural, fez com que o papel do setor público e privado ficasse devidamente definindo e as ações fluíssem. Esse fato pode demonstrar que é preciso criar, desde o início, uma política setorial turística por parte do Estado e melhor compreensão do papel da governança, por parte dos agentes sociais que a compõem, para êxito dos projetos.

Nos Campos Gerais, não está claro o papel do turismo rural no desenvolvimento regional, uma vez que, não existem políticas públicas específicas para o setor. O turismo rural é visto e classificado apenas como um segmento dentro dos demais segmentos turísticos (eventos, cultural, aventura), etc, mesmo os Campos Gerais possuindo grande potencial para o desenvolvimento do setor, existem entraves que precisam ser superados, com o alinhamento dos projetos entre os agentes sociais que compõem a ADETUR.

Classificam-se como agentes sociais, na pesquisa, os empresários, proprietários rurais, guias regionais, representantes dos órgãos públicos, associações e demais entidades ligadas ao setor rural e turístico.

A pesquisa permitiu observar, que na rede de governança ADETUR, os agentes sociais são tanto do setor público como do privado. Na FARATUR, os agentes são exclusivamente associações formadas por empreendimentos de turismo rural.

Dentro da ADETUR circulam informações e ações de sensibilização buscando dar condições técnicas para o planejamento turístico. Sua função é promover e dar suporte a atividade turístico regional, não assumido ainda plenamente as funções de coordenadora regional do turismo, por não ter ainda o reconhecimento de todos os agentes sociais, conforme aponta o relatório realizado pelo SEBRAE e as entrevistas realizadas para a presente tese.

Na FARATUR, circulam informações e pessoas (turistas). Nela se comercializa os produtos turísticos da região, pois funciona como uma agência central de reservas dos meios de hospedagem.

Tanto nos Campos Gerais como em Aragão, no aspecto social, o turismo rural tem importante função, uma vez que buscam o resgate e a valorização dos elementos endógenos presentes nos espaços rurais.

Nos Campos Gerais, os proprietários rurais não mantêm laços ou relação social entre si, na maioria dos lugares pesquisados. Buscam desenvolver ações no interior de seus estabelecimentos e pouca relação com a comunidade ou região que fazem parte. O interior das propriedades rurais se torna mais evidente que a região onde estão inseridos.

Em Aragão o aspecto social é mais evidente, tanto na restauração de antigos povoados como na organização comunitária. Os laços entre os empreendedores nessa região são mais fortes e a presença do cooperativismo se mostra evidente.

As debilidades e ameaças estão mais presentes nos discursos sobre o turismo rural local do que as fortalezas e oportunidades, nos Campos Gerais. Ao passo que, em Aragão, as fortalezas e oportunidades são mais evidentes que as debilidades e ameaças.

Entre as fortalezas e oportunidades, os empreendedores rurais de Aragão procuram desenvolver o turismo de forma coletiva, buscando a valorização do local, prevalecendo o sentimento de pertencimento ao lugar, do resgate da autoestima e da valorização do papel feminino dentro da atividade turística rural. Valorizam suas habilidades e a dos outros que fazem parte da mesma comunidade, abrangendo o Capital Social. No aspecto econômico, em ambos os territórios, considera-se o turismo um complemento à renda familiar já existente.

Entre as debilidades e ameaças apontadas na pesquisa nos Campos Gerais se destacaram a falta de relação entre os proprietários rurais que desenvolvem

atividades de turismo rural, a má conservação das estradas rurais, a falta de sinalização turística, a falta de mão de obra qualificada para o setor e a falta de apoio dos órgãos públicos e de uma política pública específica para o turismo rural.

O trabalho constatou que há diferenças marcantes entre os dois territórios pesquisados. Em Aragão, o turismo rural é visto como um vetor potencial de desenvolvimento econômico e social regional desde o seu surgimento, contanto com a existência e constante atualização de normas e decretos,

Nos Campos Gerais, a governança regional de turismo trabalhou especificamente o turismo histórico-cultural, abrangendo vários segmentos, inclusive o turismo rural, mas como um segmento dentro da marca Rota dos Tropeiros. Todavia, não houve reconhecimento da marca por parte dos empresários, ocasionando certa desmotivação e refreamento nas ações. Atualmente as ações estão sendo revistas e um novo projeto passa a ser reformulado de forma introvertida.

Em Aragão, a cooperação e a união são pontos fortes no desenvolvimento da atividade turística, estimuladas pela governança regional. O conflito de interesses e demais problemas locais existem, como exemplos a deficiência nas telecomunicações e a falta de capacitação em língua estrangeira.

Contudo, tanto o poder público como o privado está informado dos problemas e pensam em formas de solucioná-los. Não causará espanto se, muito em breve, esses problemas estejam solucionados, uma vez que, pensar a coletividade e a solução conjunta para os mesmos problemas faz parte do desenvolvimento do turismo de Aragão.

Não basta compreender somente as representações sociais do turismo rural frente aos proprietários rurais, é importante conhecer as ações e relações entre as diferentes instâncias de governança e as políticas públicas existentes.

A forma de elaborar as políticas por meio dos programas de desenvolvimento territorial ligado as governanças, torna o território fortalecido e as ações podem fluir de forma mais promovida. As ações ultrapassam as fronteiras territoriais e unem-se a outros territórios de governança, formando uma grande rede que, conseqüentemente, promove espaços menos conhecidos turisticamente, por meio de uma política indutora

Não cabe julgamento quanto às redes de governança analisadas, mas podem-se analisar suas ações como parâmetros para possíveis justificativas dos resultados entre ambas.

Com o objetivo de aprofundar a análise e a compreensão da formação dos modelos de governança em turismo e suas ações de integração com o território, sugere-se a realização de estudos adicionais relacionados à política setorial turística e debates sobre a necessidade da criação de leis específicas, o aperfeiçoamento e a aplicação das mesmas para o desenvolvimento da atividade de turismo rural no Brasil.

REFERENCIAS

ALMEIDA, M. G. A sedução do turismo no espaço rural: das naturezas e políticas. In: SANTOS, E. O.; SOUZA, M. (Orgs.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri, SP: Manole, 2010.

AMADOR C. F. et al. **Economía social, comunalidad**: orientación teórica para el turismo rural, como alternativa de desarrollo. Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas Pub. Esp. Núm. 9 28 de septiembre - 11 de noviembre, 2014 p. 1645-1658.

ANDRADE, T. K.; TAVARES, M. G. O projeto de integração Amazônica visto pela turistificação dos lugares. **Revista Franco-Brasileira de Geografia, Número 14, 2012.**

ANUÁRIO ESTADÍSTICO DE TURISMO 2016, disponível em http://aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Departamentos/VertebracionTerritorioMovilidadTransporte/Areas/09_Turismo/ANUARIO2016.pdf, acesso em 23 de novembro de 2016, às 8:45:00.

ARAGÓN, Informaciones Generales. Gobierno de Aragón. Zaragoza, 2015. 40 p. Folheto elaborado para distribuição nos Centros de Informação Turística de Aragão. Espanha. 1 folder.

ATRATIVOS DO PARANÁ. Disponível em: http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/estatisticas_2012/Atrativos_do_Parana2007a2011.pdf. Acesso em 13 de julho de 2015

BAPTISTA, F. O. **Agricultura y Capitalismo en la Europa Meridional**. Estudios Agrosociales y Pesqueros, n.º 191, 2001 (pp. 109-135).

BARDIN, L. **A Análise de Conteúdo**. 3.^a Ed. Lisboa/Portugal. Edições 70: 2004.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Anuário estatístico do Crédito Rural 2012**. Disponível em < <http://www.bcb.gov.br/htms/CreditoRural/2012/rel522.pdf>> acesso em 20 de junho de 2016, as 15:40:00

BARROS, R. **Planejamento Estratégico 2014/2018**. Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros. Relatório final referente ao contrato de prestação de serviço de consultoria celebrado entre Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná - ADRT e a empresa Barros & Koroviski Ltda – ME. Outubro, 2014.

BEDUSCHI FILHO, L. C.; ABRAMOVAY, R. Desafio para o desenvolvimento das regiões rurais. Belo Horizonte: **Revista Nova Economia**, p. 35 – 70. set/dez de 2004.

BENKO, G. Distritos Industriales y Gobernanza de las economias locales. El caso de Francia. **Economia Industrial**. n.º 359, p. 113-125, 2004.

BLOS, W. O turismo rural na transição para um outro modelo de desenvolvimento rural. In ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. **Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento**. Bauru, SP: EDUSC, 2000.

BOLETÍN Oficial de Aragón. Departamento de Desarrollo y Sostenibilidad. Publicado em 31/10/2016. disponível em <<http://www.boa.aragon.es/cgibin/EBOA/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=932278643232>> acesso em 17 de novembro de 2016.

BORGES, G. O. **Nono Pereira: 25 anos plantando na palha**. Passo Fundo, RS: Editora Aldeia Norte, 2003.

BOURDIN, A. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRASIL, Ministério do Turismo, **Plano Nacional de Turismo 2007 – 2010**. Brasília: MTUR, 2007. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2007_2010.pdf> acesso em 02 de abril de 2016, às 20:45:00.

_____, Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: Diretrizes, Metas e Programas 2003 – 2007**. Brasília: MTUR, 2003. Disponível em <<http://www.obsturpr.ufpr.br/artigos/planonacionaldoturismo.pdf>> acesso em 02 de abril de 2016, às 20:00:00.

_____, Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo: O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil 2013 – 2016**. Brasília: MTUR, 2013. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf> acesso em 02 de abril de 2016, às 22:00:00.

CABEZA, M. D; ÁLVAREZ, L. G. **Agricultura y trabajo rural en la globalización**. Revista Española de Estudios Agroindustriales y Pesqueros. Nº 211, 2006. (21-61).

CALVENTE, M. C. M. H.; GALVÃO Filho, C. E. P.; MARTINS, E. M. **Turismo, redes, regiões e produção geográfica sobre o território brasileiro**. Geografia 17(1). 2008, p. 155-180.

CAMPANHOLA, C.; SILVA, J. G. O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro. In ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. **Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento**. Bauru, SP: EDUSC, 2000.

CAMPOS GERAIS Impulsiona o PIB do Paraná disponível em <<http://www.portaldoagronegocio.com.br/noticia/campos-gerais-impulsiona-pib-do-parana-131243>> acesso em 09/12/2-16> acesso em 10 de novembro de 2016, às 12:30:00.

CANDIOTTO, L. Z. P. **Circuito italiano de turismo rural, Colombo – PR: gênese, desenvolvimento e implicações socioespaciais**. Originalmente apresentada como tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Geografia. Cascavel: EDUNIOESTE, 2010.380 p.

CANDIOTTO, L. Z. P. **O discurso da viabilidade do turismo rural na agricultura familiar: O programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF) e o papel do Estado do Paraná no contexto**. Revista de Cultura e Turismo - CULTUR, ano 07 - nº 02 - Jun/2013.

CÁRICAS, El Cooperativismo en el Medio Rural, publicado pela Cáritas (s/d) <https://books.google.com.br/books?id=rWMp6lg-W70C&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false> acesso em 17 de novembro de 2016, às 09:20:00.

CARTA de Santa Maria disponível em <http://www.idestur.org.br/download/L2_CARTA_SANTA_MARIA.pdf> acesso em 26 de dezembro de 2016, às 08:30:00.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CLIMENT L. E.; ESCALONA ORCAO, A.I.; LOSCERTALES P, B.; MOLINA FUSTER, T.: Gobernanza en red y cultura técnico-empresarial en los sistemas productivos locales de Aragón. In: SALOM. J.; ALBERTOS, J.M. (Eds.): **Redes socioinstitucionales, estrategias de innovación y desarrollo territorial en España**. Valencia, Universidad de Valencia, 2009, p. 131-152.

CORIOLOANO, L. N. M. T. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

CORRÊA, R. L. **Região e organização espacial**. 6. ed. São Paulo: Ática, 1998.

_____. **Redes Geográficas: reflexões sobre um tema persistente**. Revista Cidades. Volume 9, número 16. 2011.

CROSBY. A. (ed.). **Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo**.

Barcelona: Laertes, 2009.

CROSBY. A.; PRATO. N.; Fundamentos y Retos del Turismo Rural In CROSBY. A. (ed.). **Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo**. Barcelona: Laertes, 2009.

CRUZ, R. C. A. da. **Geografias do Turismo de Lugares a Pseudo-Lugares**. São Paulo/SP: ROCA, 2007.

CURI, E.. Responsável pelo Turismo no Município. **Turismo em Pirai do Sul**. [dez 2014]. Entrevistadora Silvana Kloster. Pirai do Sul: Prefeitura, 2014. 1 gravação em áudio. Entrevista realizada em 09 de dezembro de 2014.

DECRETO 69/1997 Disponível em http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ar-d69-1997.html, acesso em 17 de novembro de 2016, às 13:20:00.

DELGADO. G. C. Expansão e Modernização do Setor Agropecuário no Pós-Guerra: Um estudo da reflexão agrária. **Estudos avançados**. São Paulo. V. 15, n. 43, p. 157-172, 2001. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142001000300013 Acesso em 26 de maio de 2017, às 10:00:00

DICIONÁRIO Histórico e Geográfico dos Campos Gerais do Paraná. Disponível em http://www.uepg.br/dicion/campos_gerais.htmv acesso em 30 de janeiro de 2014. Disponível em http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ar-d69-1997.html, acesso em 17 de novembro de 2016, às 10:30:00.

DOSSIER de Prensa. Informações sobre a FARATUR. Disponível em [file:///C:/Users/silvana/Downloads/dossier_de_prensa_faratur%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/silvana/Downloads/dossier_de_prensa_faratur%20(3).pdf), acesso em 22 de novembro de 2016, às 16:20:00.

ECONOMIA en Aragón, disponível em http://www.aragon.es/VisitarAragon/Subtemas/ConoceAragon/Subtemas/ci.05_economia.detalleVisita?channelSelected=0 Acesso em 10 de novembro de 2016, às 09:20:00.

EL REGLAMENTO de las Viviendas de uso Turístico en Aragón http://aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Departamentos/EconomiaEmpleo/StaticFiles/SINTESIS%20INFORMATIVA%20REGLAMENTO%20VIVIENDAS_USO%20TURISTICO.pdf, Acesso em 23 de novembro de 2016, às 15:20:00

ELTORO, J. P. Diretor Geral de Ordenação do Território do Governo de Aragão. **Turismo em Aragón**. [fev 2016] Entrevistadora: Silvana Kloster. 01 gravação em áudio. Aragón, España: Gobierno, 2016. Entrevista realizada no dia 10 de fevereiro de 2016.

ESPAÑA. **Plan del Turismo Español Horizonte 2020**, Madrid: Gobierno de España, 2007, Disponível em <http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espaa/Plan_Turismo_Espa%C3%B1ol_Horizonte_2020_0812.pdf> acesso em 10 de novembro de 2016, às 16:30:00.

_____. **Plan del Turismo Español Horizonte 2020**. Madrid: Gobierno de España, 2007, disponível em <http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espaa/Plan_Turismo_Espa%C3%B1ol_Horizonte_2020_0812.pdf> Acesso em 10 de novembro de 2016, às 10:15:00.

_____. **Plan Integral de Turismo Rural 2014**. Instituto de Turismo de España, 2014.

_____. **Plan Nacional y Integral de Turismo 2012-2015**. Madrid: Gobierno de España, 2012. Disponível em <<http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Paginas/PNIT.aspx>> Acesso em 30 de outubro de 2016, às 08:20:00.

FERNANDEZ, D. M.; ROBLES, C. F.; AZPILLAGA, L. G. P.; LÓPEZ, A. G. **Eficácia y Eficiencia de LEADER II en Andalucía**: Aproximación a un índice-resultado en matéria de Turismo Rural. *Geographicalia*, 47, 2005. (137-152).

GASTAL, S.; MOESCH, M. **Turismo, políticas públicas e Cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

GHIZZI NETO, Ângelo Augusto. Diretor de Turismo. **Turismo em Jaguaraiá**. [jun 2015] Entrevistadora: Silvana Kloster. Gravada em MP4. Jaguaraiá: Prefeitura, 2015. Entrevista realizada em 09 de junho de 2015.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2006.

GLAESSER, D. **Gestão de crises na indústria do Turismo**. Porto Alegre: Bookman, v. 2, 2008.

GOBIERNO DE ARAGÓN. **Instituto Aragonês de Estatística**, disponível em <<http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Organismos/InstitutoAragonesEstatistica/Documentos/docs/Areas/Economia/InfCoy/BoletinTurismo.pdf>> acesso em 23 de novembro de 2016, às 9:25:00.

GONÇALVES, L. C. **Gestão ambiental em meios de hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2004.

GUIDDENS, A. **As Consequências da Modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GUTIERREZ, E. E. Chefe de Serviço de Ordenação e Regulação das Atividades

Turísticas do Governo de Aragão. **Turismo Rural em Aragón**. [jan 2016]. Entrevistadora: Silvana Kloster. Aragón, España, Gobierno, 2016. 01 gravação em áudio. Entrevista concedida em 16 de fevereiro de 2016

HAESBAERT, R. **Territórios Alternativos**. Niterói: EdUFF, São Paulo: Contexto, 2002.

HAESBAERT, R. **O Mito da Desterritorialização: do “fim dos territórios” à Multiterritorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HAESBAERT, R.; LIMONAD, E. **O Território em Tempos de Globalização**. Revista Eletrônica de Ciências Sociais Aplicadas e outras coisas. <http://www.uff.br/etc>. 15 de Agosto de 2007, nº 2 (4), vol. 1

HALL, C. M. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, p. 183-213, 2001.

HISTÓRICO de la política turística en España. Disponível em <<http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Paginas/HistoricoPTE.aspx>> Acesso em 20 de novembro de 2016, às 13:23:00.

INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA, disponível em <<http://www.turismo.gov.br/institucional/conselho-nacional-de-turismo/instancias-de-governanca-macrorregionais.html>> Acesso em 13 de maio de 2016, às 10:00:00.

IPARDES, Localização geográfica dos Campos Gerais, disponível em <http://www.ipardes.gov.br/perfil_municipal/MontaPerfil.php?codlocal=705&btOk=ok> acesso em 10 de julho de 2015, às 20:00:00

IVARS BARDAL, J. A. Regional development policies: an assessment of their evolution and effects on the Spanish tourist model. Volume 24, Issue 6, December 2003, Pages 655–663.

JAGUARIAÍVA a Cidade, disponível em <<http://tibagi.pr.gov.br/turismotibagi/o-parque-estadual-do-guartela/>> Acesso em 20 de julho de 2015, às 11:30:00.

JOBOJI, N. T., assessora de Turismo nos anos de 2003 a 2005 e diretora de Turismo nos anos de 2005 a 2008, ambos da AMCG, atual Gestora de Projetos do SEBRAE/PR. **A formação da Agência Rota dos Tropeiros**. [set. 2016]. Entrevistadora Silvana Kloster. Ponta Grossa: Sebrae, 2016. 1 gravação em áudio. Entrevista concedida em 20 de setembro de 2016.

JORGE, G. M.. **Turismo em Sengés**. [nov 2014]. Entrevistadora: Silvana Kloster. Sengés: Prefeitura, 2014. 01 gravação em áudio. Entrevista realizada em 25 de novembro de 2014, no município de Sengés.

KOBILARZ, K. Gerente da ADETUR. **Formação da ADETUR.** Ponta Grossa: ADETUR, 2014. 01 gravação em áudio. Entrevista concedida em 28 de fevereiro de 2014.

KLOSTER, S. **Riscos e Potencialidades da Atividade de Turismo Rural na Microrregião de Ponta Grossa/PR.** 2013. 114 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Área de Concentração em Gestão do Território, Universidade Estadual de Ponta Grossa. Ponta Grossa/PR, 2013.

KLOSTER, S.; CUNHA, L. A. G. **Desenvolvimento Territorial e Turismo Rural: As relações possíveis.** Revista Desenvolvimento em Questão. Editora Unijuí • ano 12 • n. 27 • jul./set. • 2014 p. 66-94

KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais.** 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: Análise, planejamento e controle.** São Paulo: Atlas, 1976.

KUAZAQUI, E. **Marketing turístico e de hospitalidade: Fonte de empregabilidade e desenvolvimento para o Brasil.** São Paulo: Makron Boosk, 2000.

LAFRAYA, P. S. Turismo rural y de naturaleza. In: MARINÉ, F. B. (org). **50 años del Turismo Español: Una análisis histórico estructural.** Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, S. A., 2009.

LAVALLE, A. M. **Germânia-Guaíra: um século de sociedade na memória de Ponta Grossa.** Ponta Grossa: Centro de Publicações, 1996.

LAZARO, R. B. **Mapa de Aragão.** [Mensagem profissional] Mensagem recebida por: <Skype: silkloster@hotmail.com> em 29 dez.2016

LISTADO de todas las plantas de Pirineo <<http://florapirineos.ipe.csic.es/index.php?pag=ficha.php&genero=Limosella&especie=aquatica&subespecie=&variedad=>> acesso em 25 de novembro de 2016, às 14:50:00.

LOPES, J. C. V. **Origens do Povoamento de Ponta Grossa.** Curitiba: Academia Paranaense de Letras, 1999.

LUCIA, J, M. Presidente da FARATUR. **Instâncias de governança no território espanhol.** [jan 2016]. Entrevistadora: Silvana Kloster. 01 gravação em áudio. Zaragoza: UNIZAR, 2016. Entrevista concedida em 10 de fevereiro de 2016.

LUNARDI, R.; SOUZA, M. de.; PERURENA, F. C. V. Trabalho e relações de gênero no turismo rural In: STADUTO, J. A. R.; SOUZA, M. de.; NASCIMENTO, C. A.(orgs.) **Desenvolvimento Rural e Gênero: Abordagens analíticas, estratégicas e políticas públicas**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2015.

MAILLAT, D.; GROSJEAN, N. Globalization and Territorial Production Systems. In: FISCHER, M. M.; VILLA, L. S.; STEINER, M. **Innovation, Networks and Localities**. New York: Springer, 1999.

MASSEY, D. **Pelo Espaço: Uma nova política de espacialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MAYER, Vera Lucia de Oliveira. Diretora de Turismo de Palmeira. **O turismo em Palmeira**. [jan 2015]. Entrevistadora: Silvana Kloster. Gravado em MP4. Palmeira: Prefeitura, 2015. Entrevista realizada em 12 de janeiro de 2015.

MELO, M. S.; MORO, R. S. ; GUIMARÃES, G. B. **Patrimônio Natural dos Campos Gerais do Paraná**. Ponta Grossa, PR: Editora UEPG, 2007.

MOREIRA, J. C. **Patrimônio Geológico em Unidades de Conservação: atividades interpretativas, educativas e geoturísticas**. . Originalmente apresentada como tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-graduação em Geografia, 2008.

MORMONT, M. **La Agricultura en el espacio rural europeo**. Agricultura y Sociedad nº 71 (Abril- Junio. p. 17-49), 1994.

MORO, R.S.; CARO, M. R.B. A Vegetação Campestre nos Campos Gerais do PR. In MELO, M. S.; MORO, R. S.; GUIMARÃES G. B. **Patrimônio Natural dos Campos Gerais do Paraná**. Ponta Grossa: Ed. Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2007.

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais: investigações em psicologia social**. *. Ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

NAREDO, J. M. **La evolución de la agricultura en España: Desarrollo capitalista y crisis de las formas de producción tradicionales**. Ed. Estela, S. A. Barcelona: 1971.

NAVARRO, N. G. **O curso de turismo de Zaragoza**. [jan 2016] Entrevistadora: Silvana Kloster. Zaragoza, Espanha: Escola de Turismo, 2016. Entrevista realizada em 15 de fevereiro de 2016.

OMT - Organização Mundial do Turismo, disponível em <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2015_lr.pdf Published by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. First printing: 2016 acesso em 08 de dezembro de 2016, às 09:30:00.

ORDOÑEZ, P.; PINO, J. P. R. Rural tourism in Spain: natural resources as sources of competitive advantage word review of entrepreneurship. **Management and Sustainable Development**. Vol 1, n.º 1, 2005.

PARANÁ. **Orientações práticas às Instâncias de Governança de Turismo do Paraná**. Curitiba: SETU, 2009. Disponível em <<http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/CartilhaInstanciasdeGov.pdf>> acesso em 12 de abril de 2016, às 08:30:00.

PARANÁ: Estudos Estatísticos 20 anos de Turismo. Curitiba: Paraná Turismo/SEBRAE, 2014. Disponível em <http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/Parana_Estudo_Estatistico_20_anos_Turismo__1.pdf> Acesso em 08 de dezembro de 2016, às 16:08:00.

PARANÁ Turístico: Planejamento Estratégico 2016-2026, disponível em <<http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/JoseGandaraDeiseBezerraYureLobo.pdf>>, Acesso em 20 de agosto de 2016, às 10:12:00.

PARQUE Estadual do Cânion Guartelá, disponível em <<http://tibagi.pr.gov.br/turismotibagi/o-parque-estadual-do-guartela/>> acesso em 10 de outubro de 2015, às 20:45:00.

PETROCCHI. M. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

PIRES. E. L. S.; FUINI L. L.; MANCINI R. F.; PICCOLI Neto, D. **Governança Territorial**: conceito, fatos e modalidades. Rio Claro: UNESP – IGCR: Programa de Pós-graduação em Geografia, 2011.

PIRINEO Aragonés, disponível em <<https://www.escapadarural.com/que-hacer/pirineo-aragones>> acesso em 20 de novembro de 2016, às 17:00:00.

PIRINEO Aragonés. Gobierno de Aragón. Zaragoza, 2015. 28 p. Folheto elaborado para distribuição nos Centros de Informação Turística de Aragão. Espanha. 1 folder.

PORTUGAL, A. Secretário de Turismo de Tibagi. **Turismo em Tibagi**. [abr 2015] Entrevistadora: Silvana Kloster. 01 gravação em áudio. Tibagi: Prefeitura, 2015. Entrevista realizada em 07 de abril de 2015.

PRONAF, Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário, disponível em <<http://www.mda.gov.br/sitemda/secretaria/saf-creditorural/sobre-o-programa>> Acesso em 20 de novembro de 2016, às 20:30:00.

PULIDO, J.; CARDENAS, P. **El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo.** Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles N. 56 – 2011.

RABAHY. W. A. **Turismo e Desenvolvimento:** estudos econômicos e estatísticos no planejamento. Barueri/SP: Manole, 2003.

REDE TRAF Disponível em <<http://www.redetraf.com.br/r-rede-traf.asp>>. Acesso em 22 de janeiro de 2013

RELATÓRIO Estatístico Semestral de Perfil de Visitante. Parque Estadual de Vila Velha, 1.º Semestre de 2016. Disponível em <http://www.paranaprojetos.pr.gov.br/arquivos/File/Relatorio2016__1.pdf> Acesso em 08 de dezembro de 2016, às 17:00:00.

RODRIGUES, A. B. Turismo e territorialidades plurais– lógicas excludentes ou solidariedade organizacional. In: LEMOS, Amália I.; ARROYO, Monica; SILVEIRA, Maria L. (Org.). **América Latina:** cidade, campo e turismo. São Paulo: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2006.

_____. Turismo Rural no Brasil, ensaio de uma tipologia. In RODRIGUES A. B. (org) **Turismo Rural.** São Paulo: Contexto, 2001.

_____. **Turismo e territorialidades plurais:** lógicas excludentes ou solidariedade organizacional. En publicación: América Latina: cidade, campo e turismo. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, São Paulo: Dezembro de 2006.

RODRIGUES. S. de L. **O Poder da Rede na Materialização de Programas de Desenvolvimento Rural:** Território Da Cidadania Região Central/RS. Originalmente apresentada como tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Instituto de Geociências e Ciências Exatas. Campus de Rio Claro, 2011. 210 p.

RODRIGUES, S. de L.; SOUZA, M., ELESBÃO, I. A Rede Geográfica como método de análise da atividade turística. Revista **Turismo e Desenvolvimento.** n.º 21/22, 2014, p. 307-316.

ROQUE. A. **Estudo preliminar da Cadeia produtiva:** turismo rural Brasil. Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura – IICA. Brasília: 2013.

ROTA dos Tropeiros disponível em <<http://www.rotadostropeiros.com.br/pagina.php?id=8>> Acesso em 27 de maio de 2016, às 14:34:00.

SALLES, M. M. **Turismo Rural: Inventário turístico no meio rural**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2003.

SANTANA, A. **Antropologia do Turismo**: Analogias, encontros e relações. São Paulo: Aleph, 2009.

SANTOS, A. S. dos; PIRES, P. S. Políticas Públicas de Turismo Rural: Uma alternativa Necessária. In: SANTOS, E. O. ; SOUZA, M. (orgs) **Teoria e Prática do turismo no espaço rural**. Barueru, SP: Manole, 2010.

SANTOS, D. M. M. **Revolução Verde**. Disciplina de Fisiologia Vegetal. Unesp: Jaboticabal/SP, 2006.

SANTOS, M. Por Uma Geografia das Redes. In: **A Natureza do Espaço. Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. São Paulo, EDUSP: 2006.

SAQUET, M. A. **Por uma Geografia de Territorialidades e das Temporalidades**: Uma concepção multidimensional voltada para a cooperação e para o desenvolvimento territorial. São Paulo: Outras Expressões, 2011.

SAQUET, M.; SPOSITO, E. Território, territorialidade e desenvolvimento: diferentes perspectivas no nível internacional e no Brasil. In: CANDIOTTO, L.; ALVES, A.; CARRIJO, B. (Orgs.). **Desenvolvimento territorial e agroecologia**. São Paulo: Expressão Popular, 2008. p.15-31.

SETU, Secretaria de Estado e Turismo. **Orientação para Gestão Municipal do Turismo**: Guia Prático para Dirigentes Públicos Municipais de Turismo. Curitiba: SETU/PR, 2008. Disponível em <http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/pdf/programas/Orientacao_para_Gestao_Municipal_do_Turismo.pdf> Acesso em 02 de março de 2016, às 09:15:00.

SCHLÜTER, R. G. Desenvolvimento do Turismo: as Perspectivas na América Latina. In THEOBALD, W. (Org.). **Turismo Global**. São Paulo: SENAC, 2001.

TRIGUEIRO, C. M. **Marketing e turismo**. Rio de Janeiro: Qualymark, 2001.

TURESPAÑA disponível <<http://www.tourspain.es/es-es/Paginas/index.aspx>> acesso em 23 de novembro de 2016, às 18:00:00.

TURISMO Rural en Aragón. Informe de la Dirección General de Turismo. Aragón. Espanha, 2016.

TURISMO Tibagi disponível em < <http://tibagi.pr.gov.br/turismo/>> acesso em 20 de julho de 2015, às 9:45:00.

VALLS, J-F. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2006.

VANHONI, A. Condomínio Industrial Matarazzo – Jaguariaíva/PR, instalação de cinema e valorização do Patrimônio Cultural. Publicado em 01 de abril de 2010. Disponível em <http://www.vanhoni.com.br/condominio-industrial-matarazzo-jaguariaiva-pr-instalacao-de-cinema-e-valorizacao-do-patrimonio-cultural/> acesso 20 de julho de 2015, às 12:40:00.

VEIGA, J. E. **Cidades Imaginárias: O Brasil é menos urbano do que se calcula**. Campinas, SP: Autores Associados, 2002.

VELASCO, M. La Política Turística, una arena de acción autónoma. **Cuadernos de Turismo, N.º 27**, Universidad de Murcia, 2011.

VELASCO, M. Política Turística: evolución y estancamiento. In: GARCÍA SÁNCHEZ, A. **20 años de la actividad en España**. Espanha: Editora Síntesis, 2014.

VERA, J. F.; LÓPEZ Palomeque, F.; MARCHENA, M. J.; ANTÓN, S. **Análisis territorial del turismo**. Barcelona: Ariel Geográfica, 1997.

WITMARSUM, 50 anos no Paraná, Editado por Cidade Clima Comunicação e Arte, Palmeira: 2002.

WWF. **Manual de Ecoturismo de Base Comunitária**: Ferramentas para um planejamento responsável. Brasília: WWF Brasil, 2003.

YAZIGI, E. **Turismo**: uma esperança condicional. 2. Ed. São Paulo: Global, 1999.

APÊNDICES



APÊNDICE I – Formulário de Entrevista

Local da Entrevista _____ Data: ____/____/____

DADOS DO COLABORADOR

1. Nome Completo: _____
2. Gênero () Homem () Mulher
3. Local e data de nascimento: _____
4. Telefone: _____ e-mail: _____
5. Documento de Identidade: _____ órgão de emissão: _____
6. Profissão atual: _____
- 7- Estado civil: _____ 8- Filhos? _____ N.º _____
- 8 – Renda própria (líquida) :
 () Até R\$ 1000,00
 () De 1001,00 a 2000,00
 () De 2001,00 a 3000,00
 () De 3001,00 a 4000,00
 () De 4001,00 a 5000,00
 () De 5001,00 a 10.000,00
 () Acima de 10.000,00

DADOS DA PROPRIEDADE

- 1- Nome da Propriedade:
- 2- Endereço:
- 3- - Exerce atividade agrícola? Qual?
- 4- Tamanho da propriedade:
- 5- Renda da propriedade com a atividade agrícola:
 () De 1001,00 a 2000,00
 () De 2001,00 a 3000,00
 () De 3001,00 a 4000,00
 () De 4001,00 a 5000,00
 () De 5001,00 a 10.000,00
 () Acima de 10.000,00

QUESTIONÁRIO ATIVIDADE DE TURISMO RURAL

- 1 – De que forma tomaram conhecimento sobre a existência da atividade de turismo rural em propriedades rurais?
- 2- Como se deu a adesão à atividade?
 () incentivo iniciativa pública () interesse próprio () adesão a roteiros existentes () outros
- 3 - Quais as principais etapas dessa adesão?

4 – Teve algum tipo de financiamento? PRONAF, recursos próprios, ou outros tipos de financiamento?

5 - Principais atividades de turismo rural na propriedade.

- () restaurante rural
- () pousada
- () rios, cachoeiras
- () pesque-pague
- () produtos naturais, hortaliças, frutas
- () agroindústria
- () trilhas
- () outros

6- Quais os principais efeitos positivos e negativos da atividade? Avaliação da atividade: Financeiros, Pessoais, Resultados atuais:

7- Qual a posição da família do início a atualidade?

() apoia () não apoia () neutra

8- Número de visitantes _____ mensal e _____ anual

9- Origem desses visitantes

11- Calendário sazonal de visitantes

J	F	M	A	M	Jun	Jul	A	S	O	N	D

12- Semanal

Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab	Dom

13- Distribuição das tarefas na atividade de turismo rural:

Papel do homem: Papel da mulher:

COLETIVO LOCAL (ORGANIZAÇÃO COMUNITÁRIA)

- 1- Existe uma ligação ou espírito de colaboração com as demais propriedades locais que desenvolvem atividades de turismo rural? Explique.
- 2- Existem fatores, no interior do grupo, que contribuem para o seu melhor desempenho? (fortalezas)
- 3- Existem fatores, no interior do grupo, que influem negativamente sobre o desempenho da atividade de TR? (debilidades)
- 4- Atualmente, quais as oportunidades externas que existem e que influem positivamente no desenvolvimento organizativo do grupo?
- 5- Quais as ameaças externas que existem e que influem negativamente no desenvolvimento do grupo?
- 6- Quais os principais problemas existentes na atividade de turismo rural local?
- 7- Quais as alternativas para a solução desses problemas?

APÊNDICE II – Termo de Autorização.

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Pelo presente termo eu _____ portador (a) do RG _____ e CPF _____ autorizo a divulgação de imagens referentes à minha pessoa, além de permitir a publicação das informações por mim fornecidas durante conversas informais e no ato da entrevista realizada no dia ____/____/____ pelo entrevistador _____, a serem expostas na tese intitulada TURISMO RURAL NOS CAMPOS GERAIS DO PARANÁ: RISCOS, POTENCIALIDADES E IMPACTOS pertencente ao Doutorado em Geografia pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia da UEPG. Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha a entrevista concedida da forma que melhor lhe convir, especialmente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD (“compact disc”), apresentação oral, bem como sua disseminação via Internet.

_____, _____ de _____ 201_.

Assinatura: _____

APÊNDICE III – Questionário Visitantes

Caro visitante

Esse formulário faz parte da pesquisa de Pós-Graduação em Geografia da UEPG. Ficaremos muito gratos pela colaboração de Vossa Senhoria preenchendo gentilmente essas questões abaixo.

Em nome do Curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UEPG, muito abrigada.

Atenciosamente

Silvana Kloster Doutoranda em Geografia
Doutoranda em Geografia

QUESTIONÁRIO TURISMO RURAL

1- **Sexo** () Masculino () Feminino

2- **Estado Civil**

() Solteiro(a) () Casado(a)
() Divorciado(a) () Viúvo(a)

3- **Possui filhos?** () SIM () NÃO Se sim, quantos? _____

4- **Profissão atual**

5- **Renda**

() Até R\$ 1000,00
() R\$ 1001,00 – R\$ 2000,00
() R\$ 2001,00 – R\$ 3000,00
() R\$ 3001,00 – R\$ 4000,00
() R\$ 4001,00 – R\$ 5000,00
() R\$ 5001,00 – R\$ 10.000,00
() Acima de R\$10.000,00

6- **Veículo utilizado**

() Carro () Ônibus () Moto () outro

7- **Origem**

() Ponta Grossa
() Região dos Campos Gerais
() Outra cidade do Paraná
() Outro estado _____
() Outro país _____

8- **De que forma tomou conhecimento do empreendimento?**

() amigos () folder () internet
() agência de viagens

9- **Tipo de visita**

() Pernoite () Passar o dia () Almoço

10- **Passeiam pelas áreas rurais**

() Frequentemente () às vezes
() Primeira experiência

11- **Qual foi o fator determinante para a escolha do local visitado hoje?**

() Qualidade do serviço
() Contato com a natureza
() Cultura local
() Atendimento diferenciado
() Convite de outras pessoas
() Preço atraente

12- **Qual aspecto lhe chamou mais atenção no empreendimento visitado?**

() Higiene () Hospitalidade
() Natureza preservada () História
() Atendimento familiar () Agricultura
() Práticas tradicionais () Alimentação

13- **Qual foi a sua impressão acerca dos atrativos visitados? Nota 1 a 5**

Visita ao rio ou cachoeira	
Passeio em trilhas	
Passeio a cavalo	
Comida Típica	
Ordenha de vacas	
Produtos	
Condições de acesso	
Instalações do local	

14- **O que você procura nos empreendimentos de Turismo Rural?**

() Contato com a natureza
() Sair da rotina
() Descansar
() Atendimento diferenciado
() Diversão
() Ambiente rústico
() Contato com a cultura local
() Outro _____

15- **O que falta ser oferecido no espaço rural?**

ANEXOS

ANEXO I – Tabela de Crédito Rural - 2012

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DO CRÉDITO RURAL - 2012		
PRONAF - PROGRAMA NACIONAL DE FORTALECIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR		
FINANCIAMENTOS RURAIS CONCEDIDOS NO PAÍS		Valores em Reais
5.2.2 - PRINCIPAIS PRODUTOS, ATIVIDADE E FINALIDADE - BRASIL		
FINALIDADE MODALIDADE	Nº DE CONTRATOS	TOTAL FINANCIADO
CusteioAgrícola	469.472	5.349.317.025,48
Beneficiamento ou Industrialização	146	81.878.130,50
Extrativismo Espécies Nativas	40	489.201,46
Lavoura	467.721	5.076.419.717,26
Algodão	25	302.614,46
Arroz	9.121	150.639.347,00
Batata	1.416	22.238.253,72
Café	61.024	689.707.858,04
Cana-de-Açúcar	3.007	32.202.890,85
Feijão	11.462	65.737.610,74
Fumo	409	1.647.994,50
Mandioca	23.465	146.076.940,97
Milho	179.588	1.602.715.813,45
Outras Lavouras	54.838	697.577.190,26
Soja	103.469	1.385.745.515,56
Trigo	19.897	281.827.687,71
Outras Aplicações	1.565	190.529.976,26
CusteioPecuária	188.875	2.092.068.651,53
Animais	161.408	1.931.240.883,92
Beneficiamento ou Industrialização	760	63.633.938,37
Outras Aplicações	26.707	97.193.829,24
InvestimentoAgrícola	408.852	4.017.370.532,46
Animais de Serviço	25.156	105.052.945,73
Formação Culturas Perenes	40.511	491.025.641,40
Máquinas e Equipamentos	97.993	1.676.919.464,03
Melhor. Explorações	196.575	1.149.696.055,03
Outras Aplicações	31.584	96.409.704,08
Veículos	17.033	498.266.722,19
InvestimentoPecuária	756.011	4.900.221.943,65
Animais de Serviço	47.815	112.607.837,44
Aquisição de Animais	263.630	2.718.584.172,48
Máquinas e Equipamentos	80.553	514.984.377,35
Melhor. Explorações	297.087	1.338.545.931,64
Outras Aplicações	58.725	63.596.117,70
Veículos	8.201	151.903.507,04
TOTAL GERAL	1.823.210	16.358.978.153,12

Fonte: Banco Central do Brasil, 2016.

ANEXO II – Zonas Turísticas de Aragón

ZONAS TURÍSTICAS TERUEL	ZONAS TURÍSTICAS ZARAGOZA	ZONAS TURÍSTICAS HUESCA
Zona Turisca Motorland Bajo Aragón Zona Turística Castillo Peracense Zona Turística Dinopolis Zona Turística Laguna Gallocanta Zona Turística Maestrazgo Zona Turística Matarranya Puertos de Beceite Zona Turística Museo Minero de Escucha Zona Turística Parque Cultural del Maestrazgo Zona Turística Parque Geológico de Aliaga Zona Turística Ruta del Tambor y el Bombo Zona Turística Sierra de Albarracín Zona Turística Sierra de Gudar y Javalambre Zona Turística Ski Valdelinares y Javalambre Zona Turística Valle del Jiloca Zona Turística Parque Cultural del Río Martín	Zona Turística Belchite Desastres de la guerra Zona Turística Calatayud Bañeros Zona Turística Daroca Medieval Zona Turística Desierto de los Monegros Zona Turística Goya Fuendetodos Zona Turística Laguna Gallocanta Zona Turística Mar de Aragón Caspe Zona Turística Medieval Sos del Rey Católico Zona Turística Medieval Uncastillo Zona Turística Monasterio de Piedra Zona Turística Murillo de Gállego Zona Turística Parque Natural del Moncayo Zona Turística Riberas del Ebro Zona Turística Tarazona Veruela y Becquer	Zona Turística Valle de Anso Zona Turística Castillo de Loarre Zona Turística Laguna de Sariñena Zona Turística Mallos de Riglos Zona Turística Monasterio San Juan de la Peña Zona Turística Murillo de Gállego Zona Turística Parque Nacional Sierra de Guara Zona Turística Parque Nacional Ordesa y Monte Perdido Zona Turística Parque Natural Posets-Maladeta Zona Turística Pirineos Zona Turística Ribagorza Romana Zona Turística Ruta Mariana Torreciudad Zona Turística Somontano Bodegas Zona Turística Valle Aragón Jaca ski Astún Candanchu Zona Turística Valle de Aínsa Zona Turística Valle de Benasque Ski Cerler Zona Turística Valle de Hecho Zona Turística Valle de Tena Ski Formigal Panticosa

FONTE: <http://destinoaragon.blogspot.com.br/>