

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTU SENSU*
MESTRADO EM CULTURA E TURISMO**

ERICK PUSCH WILKE

**DOS FATORES LIMITANTES AO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL:
ALTERNATIVAS PLANEJADAS PARA O TURISMO EM PARANAGUÁ, PR.**

**IHÉUS – BA
2006**

ERICK PUSCH WILKE

**DOS FATORES LIMITANTES AO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL:
ALTERNATIVAS PLANEJADAS PARA O TURISMO EM PARANAGUÁ, PR.**

Dissertação apresentada para obtenção do título de Mestre em Cultura e Turismo à Universidade Estadual de Santa Cruz e Universidade Federal da Bahia.

Área de Concentração: Produtos e Serviços Turísticos.

Orientador: Prof. Dr. Marco Aurélio Avila.

WILKE, Erick P.
W681d Dos fatores limitantes ao desenvolvimento sustentável:
alternativas planejadas para o turismo em Paranaguá, PR.
Erick Pusch Wilke – Ilhéus (BA), 2006.
163 f; 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo) - Universidade
Estadual de Santa Cruz, 2006.

Bibliografia: f. 142-149.

Orientador: Marco Aurélio Avila.

1. Planejamento estratégico. 2. Produtos turísticos. 3.
Paranaguá. I. Autor. II. Título.

CDD 338.4791

ERICK PUSCH WILKE

**DOS FATORES LIMITANTES AO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL:
ALTERNATIVAS PLANEJADAS PARA O TURISMO EM PARANAGUÁ, PR.**

Dissertação apresentada para obtenção do título de Mestre em Cultura e Turismo à Universidade Estadual de Santa Cruz e Universidade Federal da Bahia.

Área de Concentração: Produtos e Serviços Turísticos.

Orientador: Prof. Dr. Marco Aurélio Avila.

Ilhéus – BA 19/05/2006

Marco Aurélio Avila – Dr.
Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC
Orientador

Sócrates Jacobo Moquete Guzman – Dr.
Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC

Gustavo Pereira da Cruz – Dr.
Centro Universitário Positivo – PUC/PR

DEDICATÓRIA

Ao meu amado pai, Olavo, pelos incansáveis momentos que estive do meu lado, animando-me com palavras inspiradas na palavra de Deus e fundamentadas num coração alegre com a proximidade do filho.

À minha amada mãe, Arlete, pelos infintos momentos de carinho, de preocupação e suor dedicados à realização deste estudo, pois nunca mediu esforços, com amor, para tornar seus meninos, homens vencedores.

AGRADECIMENTOS

Grato sou ao Senhor por ter me mantido com plena saúde e disposição para enfrentar os inúmeros desafios agora superados.

A minha esposa Ana Paula, que por diversas vezes ouviu atentamente às minhas preocupações e se dedicou inteiramente, ao meu lado, para que eu pudesse concluir esse trabalho, fazendo-me feliz em saber que ela estará ao meu lado por toda uma vida.

A minha mãe, serei eternamente grato por tudo o que fez por mim desde os primeiros dias de minha existência, mas, sobretudo por estar fazendo muito mais do que se pode esperar de um coração materno, dando-me grande exemplo de amor, dedicação e profissionalismo.

Alegre como uma criança que retorna ao lar, agradeço ao meu pai por ter aberto seus braços num gesto carinhoso, por ter me acompanhado e me ouvido nos momentos mais difíceis desta jornada de estudos e de adaptação à minha vida pessoal e profissional.

Ao Prof^o. Dr. Marco Aurélio Ávila, orientador e amigo, pela disposição e amizade gratuita nos vários momentos de esclarecimentos e lucidez que contribuíram sobremaneira para a realização deste estudo.

Aos professores componentes da banca examinadora pelo tempo dedicado e pelas considerações realizadas no intuito de melhorar e aperfeiçoar este modesto estudo.

Reconhecidamente, à Universidade Estadual de Santa Cruz pela visão empreendedora e oportunista em acreditar e dedicar esforços para impulsionar o crescimento de uma área academicamente jovem como é o Turismo, mas principalmente aos professores Hélio Estrela Barroco e Sandra Sacramento que nunca mediram esforços para tornar essa visão uma realidade.

“O Turismo é uma Universidade em que o aluno nunca se gradua, é um Templo onde o suplicante cultua mas nunca vislumbra a imagem de sua veneração, é uma Viagem com destino sempre à frente mas jamais atingido. Haverá sempre discípulos, sempre contempladores, sempre errantes aventureiros ”.

Lord Curzon

DOS FATORES LIMITANTES AO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: ALTERNATIVAS PLANEJADAS PARA O TURISMO EM PARANAGUÁ, PR.

Autor: ERICK PUSCH WILKE

Orientador: Prof^o. Dr. MARCO AURÉLIO AVILA

RESUMO

A existência de recursos histórico-culturais localizados numa região urbana onde há grande fluxo de pessoas, a influência marcante da atividade portuária na economia e na forma de utilização dos recursos naturais de um município e a dificuldade na fiscalização do cumprimento da legislação ambiental e de conservação do patrimônio histórico podem ser considerados desafios ao desenvolvimento sustentável da atividade turística municipal. Esse é o contexto sobre o qual este estudo foi realizado, trata-se da cidade de Paranaguá, uma cidade com recursos e potencial para o crescimento do turismo, mas ainda sofre com problemas internos e dificuldades na configuração de um produto turístico competitivo, gerados, sobretudo, pela sazonalidade da demanda e pela falta de planejamento turístico. Este estudo buscou destacar a necessidade de adoção de novas estratégias de crescimento quantitativo e qualitativo para turismo local, considerando sobre a realidade existente os fatores que contribuem e os fatores limitantes para o alcance desse objetivo. O objetivo principal foi analisar as condições atuais de desenvolvimento do turismo na cidade, utilizando-se para isso de uma metodologia de análise que pudesse extrair da realidade um conjunto de informações inter-relacionadas; optou-se pela utilização do DAFO (Dificuldades, Ameaças, Fortalezas e Oportunidades). Inicialmente, através da fundamentação teórica, buscou-se apresentar as correntes de pensamento contemporâneas a respeito dos temas que envolvem o problema em estudo e evidenciar as principais características da cidade, levando-se em consideração os aspectos históricos, físicos e econômicos que estão diretamente relacionados com a atividade do turismo, além do destaque e análise dos principais atrativos históricos urbanos. O diagnóstico da situação atual e as principais perspectivas surgiram com base nos resultados obtidos no cruzamento das informações na matriz de avaliação estratégica. No intuito de colaborar com o processo de desenvolvimento do turismo em Paranaguá, foram elaboradas propostas demonstrando a necessidade de criação de produtos turísticos formatados de acordo com as características da cidade, através da adoção de estratégias que promovam a integração dos produtos turísticos locais entre si e entre os balneários vizinhos, estas visam atingir um posicionamento competitivo em diferentes épocas do ano. Espera-se que as análises e propostas deste estudo possam servir como fonte de referência para as iniciativas de planejamento do turismo em Paranaguá, contribuindo não apenas para melhorar o setor do turismo, mas também para o alcance de benefícios extensivos a grande parte da população.

Palavras-chave: planejamento estratégico; produtos turísticos; Paranaguá.

**FROM LIMITTING FACTORS TO DEVELOPMENT CROWING:
PLANNED ALTERNATIVES FOR THE TOURISM IN PARANAGUÁ, PR.**

Author: ERICK PUSCH WILKE

Adviser: Prof^o. Dr. MARCO AURÉLIO AVILA

ABSTRACT

The existence of located historical-cultural resources in an urban area where there is great flow of people, the outstanding influence of the port activity in the economy and in the form of use of the natural resources of a municipal district and the difficulty in the fiscalization of the execution of the environmental legislation and of conservation of the historical patrimony challenges can be considered to the maintainable development of the municipal tourist activity. That is the context on which this study was accomplished, it is treated of the city of Paranaguá, a city with resources and potential for the growth of the Tourism, but it still suffers with internal problems and difficulties in the configuration of a competitive tourist product, generated, above all, for the ripen of the demand and for the lack of tourist planning. This study looked for to detach the need of adoption of new strategies of quantitative and qualitative growth for local tourism, considering about the existent reality the factors that contribute and the factors restricted for the reach of that objective. The main objective went to analyze the current conditions of development of the tourism in the city, being used for that of an analysis methodology that could extract of the reality a group of interrelated information; so opted for the use of SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). Initially, through the theoretical foundation it was looked for to present the contemporary thought currents regarding the themes that involve the problems in study and to evidence the main characteristics of the city, being taken into account the aspects historical, physical and economical that are directly related with the activity of the tourism, besides the prominence and analysis of the main urban historical attractions. The diagnosis of the current situation and the main perspectives appeared with base in the results obtained in the crossing of the information in the head office of strategic evaluation. In the intention of collaborating with the process of development of the tourism in Paranaguá, they were elaborated proposed demonstrating the need of creation of tourist products formatted in agreement with the main existent resource, the adoption of strategic that promote the integration of the local tourist products amongst themselves and among the neighboring spas and the competitive positioning in different times of the year. It is waited that the analyses and proposals of this study can serve as reference source for the initiatives of planning of the tourism in Paranaguá, not just contributing to improve the section of the tourism but also for the reach of extensive benefits the great part of the population.

Key-words: strategic planning; tourist products; Paranaguá.

LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – CRESCIMENTO DO NÚMERO DE CHEGADAS EM TODO O MUNDO.....	11
FIGURA 1 – FASES DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	58
FIGURA 2 – ESTRUTURA DO PRODUTO TURÍSTICO	65
FIGURA 3 – CICLO DE VIDA DO DESTINO TURÍSTICO	67
MAPA 1 – LOCALIZAÇÃO DE PARANAGUÁ NO LITORAL DO ESTADO DO PARANÁ.....	76
GRÁFICO 2 – PRINCIPAIS ESTADOS EMISSORES, EM NÚMERO DE TURISTAS	105
GRÁFICO 3 – PRINCIPAIS ESTADOS RECEPTORES, EM NÚMERO DE TURISTAS	105
FIGURA 4 – RUA DA PRAIA E MUSEU DE ARQUEOLOGIA E ETNOLOGIA DE PARANAGUÁ EM 1912.....	115
FIGURA 5 – RUA DA PRAIA, MUSEU DE ARQUEOLOGIA E ETNOLOGIA DE PARANAGUÁ E PRAÇA DE EVENTOS 29 DE JULHO EM 2005.....	115
FIGURA 6 – INTEGRAÇÃO DO PRODUTO PRINCIPAL COM OS PRODUTOS PERIFÉRICOS E COMPLEMENTARES EM PARANAGUÁ NOS PERÍODOS DE BAIXA ESTAÇÃO	144
FIGURA 7 – INTEGRAÇÃO DOS PRODUTOS TURÍSTICOS DE PARANAGUÁ COM O PRODUTO PRINCIPAL DOS BALNEÁRIOS VIZINHOS (SOL E PRAIA) NOS PERÍODOS DE ALTA ESTAÇÃO	147

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO BRASILEIRA ENTRE 1940 E 2000.....	45
TABELA 2 – POPULAÇÃO BRASILEIRA RURAL E URBANA DESDE 1950.....	46

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – MODALIDADES DE TURISMO E INFRA-ESTRUTURAS.....	29
QUADRO 2 – DISTÂNCIA DE PARANAGUÁ ÀS PRINCIPAIS CAPITAIS EMISSORAS DE TURISTAS.....	106
QUADRO 3 – RELAÇÃO PRELIMINAR DE OPORTUNIDADES	121
QUADRO 4 – RELAÇÃO PRELIMINAR DE AMEAÇAS	122
QUADRO 5 – RELAÇÃO PRELIMINAR DE FORTALEZAS	123
QUADRO 6 – RELAÇÃO PRELIMINAR DE DEBILIDADES	124
QUADRO 7 – OPORTUNIDADES ORDENADAS SEGUNDO SUA POSSIBILIDADE.....	125
QUADRO 8 – AMEAÇAS ORDENADAS SEGUNDO SUA POSSIBILIDADE	126
QUADRO 9 – FORTALEZAS ORDENADAS SEGUNDO SUA POSSIBILIDADE.....	127
QUADRO 10 – DEBILIDADES ORDENADAS SEGUNDO SUA POSSIBILIDADE.....	128
QUADRO 11 – OPORTUNIDADES ORDENADAS SEGUNDO SUA IMPORTÂNCIA.....	129
QUADRO 12 – AMEAÇAS ORDENADAS SEGUNDO SUA IMPORTÂNCIA.....	130
QUADRO 13 – FORTALEZAS ORDENADAS SEGUNDO SUA IMPORTÂNCIA.....	131
QUADRO 14 – DEBILIDADES ORDENADAS SEGUNDO SUA IMPORTÂNCIA.....	132
QUADRO 15 – MATRIZ DE AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	134

SUMÁRIO

RESUMO	vii
ABSTRACT	viii
LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS	ix
LISTA DE TABELAS	x
LISTA DE QUADROS	xi
1 INTRODUÇÃO	1
2 TURISMO COMO FERRAMENTA PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL	7
2.1 O processo de industrialização e o turismo.....	7
2.2 Desenvolvimento: algumas considerações sobre o conceito.....	13
2.3 Impactos do turismo.....	16
2.3.1 Impactos econômicos.....	17
2.3.2 Impactos socioculturais.....	22
2.3.3 Impactos ambientais.....	25
2.4 As possibilidades de um turismo sustentável.....	30
2.5 Planejamento do turismo.....	36
2.6 As dimensões do turismo em ambientes urbanos.....	44
2.6.1 O turismo no contexto da urbanização brasileira.....	44
2.6.2 A dinâmica existente entre o turismo e o ambiente histórico.....	50
2.7 Planejamento estratégico e marketing para de destinos turísticos.....	56
2.7.1 Planejamento Estratégico.....	56
2.7.2 Diagnóstico da situação.....	59
2.7.3 A atuação do marketing e o desenvolvimento de produtos e destinos turísticos.....	61
3 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS E OS RECURSOS TURÍSTICOS DE PARANAGUÁ	72
3.1 Introdução.....	72
3.2 Economia do município.....	74
3.2.1 Porto de Paranaguá.....	75
3.3 Aspectos ambientais.....	76
3.4 Aspectos históricos relevantes para o turismo em Paranaguá.....	76
3.5 Identificação dos recursos e atrativos turísticos existentes.....	81
3.5.1 Recursos naturais.....	81
3.5.1.1 Serra do Mar.....	81
3.5.1.2 Costas ou Litoral.....	82
3.5.2 Edificações históricas.....	82
3.5.2.1 Monumentos e arquitetura civil.....	82

3.5.2.2	Arquitetura religiosa.....	87
3.5.2.3	Arquitetura militar.....	88
3.5.3	Representações intangíveis da cultura popular.....	88
3.5.3.1	Contos e lendas.....	89
3.5.3.2	Influência religiosa.....	92
3.5.3.3	Gastronomia.....	94
3.5.3.4	Festejos.....	95
3.5.3.5	Artesanato.....	97
4	PROCEDIMENTO METODOLÓGICO.....	98
4.1	Apontamentos sobre as informações disponíveis e análise dos dados.....	98
5	ANÁLISE DAS CONDIÇÕES DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM PARANAGUÁ.....	103
5.1	Cenário atual do desenvolvimento turístico em Paranaguá.....	103
5.2	Análise estratégica – DAFO.....	117
5.2.1	Matriz de avaliação estratégica.....	124
5.3	Análise do DAFO.....	136
5.4	Resultados e propostas.....	141
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	148
	REFERÊNCIAS.....	151
	ANEXO.....	160

INTRODUÇÃO

Na atualidade, quando se observa a literatura existente, pode-se constatar que há necessidade de adoção de estratégias de crescimento em turismo amparadas em iniciativas planejadas, baseadas na busca de benefícios sociais e econômicos direcionadas ao desenvolvimento qualitativo e sustentável da atividade.

Este estudo buscou evidenciar os fatores limitantes e desafios para o desenvolvimento da atividade turística na cidade de Paranaguá, localizada no litoral do Estado do Paraná, considerando que a cidade apresenta vários problemas que desafiam a gestão sustentável do turismo e, por esse motivo, acredita-se que a atividade não se encontra plenamente inserida no contexto econômico e social local. Nesse contexto de desafios, podem ser evidenciados aspectos positivos para o desenvolvimento do turismo na cidade como a existência de recursos histórico-culturais e naturais, infra-estrutura e equipamentos urbanos e aspectos negativos como a sazonalidade da demanda, agressões ao meio ambiente e descumprimento da legislação de proteção ao ambiente natural e ao patrimônio histórico.

Atualmente, o turismo vem se destacando como uma importante ferramenta para a promoção do equilíbrio entre os interesses da comunidade e a utilização dos recursos naturais e culturais, atuando em várias áreas que interferem diretamente na qualidade de vida do ser humano. Como um fenômeno de ordem social, traduz os anseios pessoais relativos à fuga das atividades cotidianas, na qual o tempo livre assumiu maior significado após a globalização e novas relações de trabalhos advindas do processo de industrialização. Na economia, envolve e dinamiza vários setores agregados à atividade em âmbito nacional, regional ou local, podendo, através da utilização de medidas planejadas, multiplicar ganhos, gerar empregos, aumentar a distribuição e produção de pequenos proprietários fornecedores de insumos e possibilitar a integração das grandes corporações no mercado de turismo. Para o meio ambiente artificial ou natural, pode contribuir na forma de incentivos à preservação da natureza, à reestruturação dos espaços urbanos e à revitalização de espaços de valor histórico.

Além disso, o turismo pode atuar como uma importante fonte de auxílio para a melhoria de aspectos relativos ao desenvolvimento sustentável nas localidades onde está inserido, conquanto que a atividade possa valer-se dos recursos disponíveis no espaço, dos equipamentos, serviços e dos recursos humanos de forma planejada.

Entende-se, entretanto, que existam alguns aspectos que podem ser considerados limitantes para a materialização de medidas sustentáveis, dentre esses aspectos encontra-se o desenvolvimento do turismo em ambientes urbanos de grande valor histórico onde coexiste a dinâmica do cotidiano dos residentes. Como esclarece Pires, “além dos problemas oriundos de qualquer cidade normal, ainda conta, por um lado, com restrições no que se refere a intervenções físicas nos núcleos históricos, por outro, com dificuldades de fiscalização do gabarito histórico e em conciliar os interesses dos moradores com os dos visitantes” (2003, p. 69).

Atualmente, a temática da utilização do espaço urbano no contexto do turismo como um destino turístico ou como um espaço de lazer e descanso pode ainda ser considerado jovem, entretanto, tem gerado crescentes preocupações por parte de diversos estudiosos. Desde os primeiros apontamentos sobre esse tema, sobretudo através das tentativas de contribuições teóricas realizadas por Yokeno (1968) e Chenery (1979) (apud PEARCE, 2003), outros estudos atuais têm colaborado para densificar os conhecimentos na área (ASHWORTH E TUNBRIDGE, 1990; CASTROGIOVANNI, 1999, 2000; TYLER, 2001; GANDARA, 2001, 2004; BURNS, 2004).

Apesar do crescimento do volume de publicações e pesquisas na área, ainda existe certa negligência no destaque e na observação da real importância da atividade para os centros urbanos. Esse fato ocorre, de acordo com Pearce (2003), devido ao fato de que o turismo nesse ambiente está longe de ser a atividade predominante, de forma que ainda é superado pelas funções comerciais, administrativas, residenciais e industriais. Soma-se a isso a natureza multifuncional da relação entre o turista e o munícipe, onde ambos compartilham diversos serviços locais como transporte, lojas, restaurantes, catedrais, museus, teatros e outros, dificultando ainda mais a análise do turismo de forma separada.

O tema ganha volume e seriedade quando, nesse ambiente, está inserido o conjunto de representações históricas e culturais de uma comunidade ou mesmo de um povo. Desde muito

tempo, o turismo vem incorporando o patrimônio cultural como um dos importantes componentes de roteiros e programações, possibilitando a formatação de produtos turísticos culturais por todo o planeta. Tundridge afirma que “não somente o turismo é sempre mencionado como a maior indústria do mundo, mas também o turismo cultural – principalmente aquele com vocação histórica urbana –, agora possui um lugar de destaque” (2001, p. 132).

É válido esclarecer, por um momento, como é considerado o uso da cultura e suas representações no presente estudo. Considera-se importante que a cultura seja observada pelo valor que ela assume na constituição de uma sociedade e, em seu sentido mais amplo, pelo enfoque antropológico das práticas, valores, símbolos e idéias e pelo sentido de trabalho humano no processo de transformação da natureza.

Contudo, a análise aqui desenvolvida detém-se numa parte deste sistema amplo e complexo de conceitos. A noção das representações históricas aqui considerada tem como referência sua materialidade, como os edifícios e monumentos históricos e sua imaterialidade, como as lendas, os contos o conhecimento gastronômico e festivo, ambos portadores de valor e de interesse cultural. Com isso, o estudo enfatiza aqueles elementos cuja expressão se apresenta enquanto parte do ambiente, do tecido urbano, do cotidiano e imaginário popular através dos acontecimentos históricos e que podem ser considerados como importantes recursos de atratividades para a formatação de produtos turísticos locais.

Em Paranaguá, o conjunto de edifícios, monumentos e casarões representam grande parte da história do povoamento do Estado do Paraná e também dos fatos que marcaram a história do Brasil. Esses recursos estão localizados no chamado Centro Histórico de Paranaguá em meio ao centro urbano da cidade onde também estão dispostos os principais equipamentos necessários para atender a demanda turística como os terminais de transporte, bancos, farmácias, sistemas de segurança e hospitais. Nesse cenário ainda podem ser encontrados outros elementos que interferem de forma positiva ou negativa para o desenvolvimento do turismo. Entender quais são esses elementos e suas inter-relações é fundamental para que o turismo possa ser gerenciado de forma planejada e para que possa se tornar uma atividade plenamente inserida no contexto social e econômico do município.

Sendo assim, **o objetivo principal deste estudo foi analisar as condições atuais de desenvolvimento do turismo na cidade de Paranaguá, levando-se em consideração os fatores que favorecem e os que limitam esse desenvolvimento.**

Foram considerados como objetivos específicos **a utilização de referencial teórico para o esclarecimento dos temas presentes neste estudo, a apresentação dos recursos turísticos existentes na cidade** referentes ao ambiente e ao patrimônio histórico-cultural e **análise do cenário atual do desenvolvimento do turismo** através de bibliografia documental e da metodologia DAFO.

Para o alcance do objetivo proposto foi utilizado o procedimento de análise da situação de acordo com a abordagem de Sainz de Vicuña (1999), no qual são apontados os fatores internos e externos relacionados com o desenvolvimento do turismo (Fortalezas, Debilidades, Oportunidades e Ameaças). A partir desses apontamentos realizou-se a análise que possibilitou o inter-relacionamento das informações obtidas no diagnóstico, ou seja, obteve-se um conjunto de informações que caracterizam a situação atual do turismo na cidade de Paranaguá.

Com base nos resultados obtidos, o estudo buscou colaborar com o processo de desenvolvimento do turismo na cidade, destacando a necessidade de adoção de novas estratégias de crescimento qualitativo e quantitativo para a atividade. Para isso, considerou-se premissa essencial a adoção de estratégias que promovam a criação de produtos turísticos com base nos recursos histórico-culturais e na integração dos produtos turísticos locais entre si e entre os balneários vizinhos. Acredita-se que através das medidas que serão propostas, se possa contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo, reduzindo os efeitos provocados pela sazonalidade da demanda para o litoral paranaense em períodos distintos durante o ano.

Acredita-se que este estudo possa auxiliar a minimizar as impressões subjetivas acerca do potencial de atratividade e do desenvolvimento do turismo em Paranaguá, fazendo com que as impressões do tipo senso comum ou de “conhecimento popular” (LAKATOS e MARCONI, 2004, p. 17) sejam cada vez menos utilizadas como referência para as práticas de planejamento em turismo.

A estrutura do trabalho procurou dar uma coerência lógica para a explicação e obtenção dos resultados finais. Desse modo, buscou-se no segundo capítulo, demonstrar os principais conceitos e características do turismo contemporâneo, bem como os principais aportes teóricos sobre o planejamento do turismo.

Optou-se pela divisão desse capítulo em oito partes distintas, iniciou-se com reflexões acerca da evolução do turismo na sociedade e as marcas deixadas pelo desenvolvimento de novas tecnologias na utilização do tempo livre e na prática do turismo, a seqüência foi realizada com a apresentação dos impactos provocados pelo turismo, haja vista sua crescente inserção na sociedade pó-industrial. As páginas seguintes foram destinadas à discussão a respeito das reais possibilidades do desenvolvimento de um turismo sustentável. Os últimos itens do capítulo assumiram grande importância no âmbito geral do estudo, pois evidenciaram as considerações teóricas e autores que sustentam as propostas e sugestões apresentadas.

O terceiro capítulo procurou demonstrar as principais características da cidade de Paranaguá. Foram considerados os aspectos históricos, físicos e econômicos que estão diretamente relacionados com a atividade do turismo, além do destaque dos principais atrativos históricos urbanos. Esse capítulo estabelece uma importante relação com o diagnóstico da situação e com as propostas e sugestões apresentadas nos últimos itens deste trabalho, pois faz um retrato acerca da realidade e das condições gerais que a cidade oferece para o implemento da atividade do turismo, ou seja, dos recursos e equipamentos necessários para a formatação de produtos turísticos de acordo a visão de Valls (1996, p. 199).

Antes da análise final do trabalho, podem ser encontrados no quarto capítulo esclarecimentos a respeito da metodologia utilizada para o levantamento das informações, utilização e análise dos dados.

Por fim, no quinto capítulo pode ser observado não apenas um retrato da situação atual, mas também a análise conjunta acerca de tais condições tendo por base a metodologia mencionada no quarto capítulo e ainda propostas e sugestões para o desenvolvimento sustentável do turismo com base nos recursos existentes.

O trabalho não tem por pretensão explicar todos os aspectos inerentes ao desenvolvimento do turismo na cidade ou esgotar a discussão acerca do assunto, haja vista o

próprio dinamismo que se observa nas relações do mercado de turismo na região e os diversos fatores, muitos deles distantes do alcance do pesquisador, interferem na realidade estudada. Entretanto, é uma tentativa de contribuição abrangente, não apenas no sentido de reduzir a lacuna existente de trabalhos teóricos nessa área, mas também como forma de proporcionar à cidade, seus administradores e cidadãos uma fonte de informação para a formulação de estratégias seguras com vistas ao desenvolvimento do turismo sustentável.

2. TURISMO COMO FERRAMENTA PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL

Para fins deste trabalho é importante observar o turismo como um fenômeno contemporâneo, mas que corresponde aos padrões de comportamento social e econômico advindos de séculos de história.

Essa abordagem parte do princípio de que a atividade turística influencia a sociedade em diversos aspectos sob a égide do tempo e do uso dos recursos disponíveis e com isso pode atuar como ferramenta propulsora para o desenvolvimento qualitativo do tecido social ou mesmo como fonte de intensas preocupações por parte daqueles que observam os princípios da sustentabilidade.

Além das principais características do turismo, faz-se necessário identificar conceitos fundamentais da relação entre a atividade do turismo, o ambiente historicamente constituído e o ambiente urbano, e ainda as tendências atuais de planejamento e organização do turismo nesse contexto, para que sirvam de base para a construção do marco teórico que norteará o restante do trabalho.

2.1 O processo de industrialização e o turismo

O turismo expandiu-se e vêm se consolidando como uma importante atividade para a sociedade, principalmente após as modificações trazidas pelas revoluções nos modos de trabalho e nos usos do tempo destinado ao descanso e ao lazer.

As características da sociedade atual, transformada pelas modificações decorrentes dos processos sociais mais intensos como a industrialização, são as bases de suporte da atividade

do turismo. Não é difícil identificar tais características quando se volta o olhar para dentro de si enquanto ser humano, ou seja, quando se percebe que os hábitos e costumes típicos do homem moderno fazem parte de um esquema de relações sociais decorrentes de uma sociedade voltada ao trabalho e em busca do lazer.

Alguns autores atribuem à sociedade pós-industrial¹ a característica de uma sociedade fortemente marcada pelas práticas de consumo (CANCLINI, 1999) e pela falta de identidade individual ou mesmo das coletividades, observada como uma sociedade de massas (MILLS, 1962). Tais características são resultantes de um processo de modificações na estrutura da sociedade, principalmente a partir do século XVII.

Retomando um ponto específico da história da humanidade, o fenômeno conhecido como Revolução Industrial, trouxe não apenas a afirmação de uma sociedade fundamentada nos moldes de produção industrial, mas também modificou de forma brusca as condições de vida das sociedades humanas.

Até o século XVII a vida do homem era conduzida por avanços tímidos quanto ao desenvolvimento de tecnologias para o serviço e o trabalho diário. A história geral conta que mesmo os povos mais antigos, como os Gregos que gozaram de avanços expressivos no comércio e nas formações arquitetônicas (LOBO, 1971), não marcaram a sua existência por avanços significativos sob o ponto de vista da mecânica, pois a ausência de máquinas era suprida pela abundante mão-de-obra humana, geralmente de caráter escrava ou servil.

Os primeiros passos rumo a industrialização, ou a primitiva união entre a técnica e a ciência, foram dados em resposta aos descobrimentos marítimos dos séculos XV e XVI. O caráter capitalista moldava-se à medida que as exigências de comércio aumentavam, obrigando a indústria artesanal a modificar seus métodos de trabalho (CÂNEDO, 1986). O lucro máximo tornava-se objeto de buscas incessantes por parte dos mercadores e comerciantes a ponto de provocar todas as mudanças nas estruturas de produção do século XVII.

¹ A *sociedade pós-industrial*, de acordo com Trigo (1993, p. 15), são as formações nacionais que, após a década de 1950, desenvolveram alta tecnologia em informatização e cibernética e economia marcada pelo crescimento do setor terciário.

O homem passou de uma economia agrária, artesanal e geralmente de subsistência para uma economia dominada pela indústria das máquinas. Transição essa que é reconhecida por Hobsbawm (1995) como a mudança social mais impressionante e de mais longo alcance da segunda metade do século XVIII. Configurou-se então a organização do trabalho produtivo, não existia mais a produção artesanal, caseira e de pequeno porte, que atendia apenas uma pequena parcela de mercado consumidor, mas sim uma centena de trabalhadores envolvidos com máquinas a vapor produzindo para um mercado desconhecido e cada vez maior.

Dessa maneira, depois de atingir a Inglaterra e posteriormente a Europa, a Revolução Industrial expandiu-se de forma rápida e também qualitativa atingindo todos os países onde eram realizadas as trocas comerciais, revolucionando, em curto espaço de tempo, a história do homem e a própria relação entre eles.

No sentido de transição entre a chamada sociedade pré-industrial, passando pela sociedade industrial até a pós-industrial, ocorreram as modificações profundas na estrutura da personalidade, das necessidades humanas e dos valores individuais. Num primeiro momento eram postos em primeiro plano valores como a racionalidade, o machismo, a capacidade de execução, a padronização e, certamente, a concentração do trabalho e da produtividade. Na sociedade pós-industrial, a intelectualização parece acompanhar todos os processos da vida humana, tudo requer inteligência, criatividade, estética e na produção, qualidade e confiabilidade.

É interessante observar na literatura existente que alguns autores não partilham de um mesmo entendimento sobre tais fenômenos sociais, é caso de Dahrendorf. O autor, após mencionar as características da sociedade industrial identificadas por diversos autores e sociólogos, dentre elas a “sociedade de massas” e a “sociedade do consumo”, defende sua posição em não acreditar que tais sinais realmente pertencem a um plano material ou real. Para o autor “a sociedade industrial é um mito e um produto da fantasia sociológica” (1994, p. 123). Sobretudo, afirma que os conceitos geralmente utilizados na defesa de tal processo social são generalistas e não atendem à realidade, de forma que suprimem as diferenças existentes entre as distintas sociedades como, por exemplo, a inglesa, a americana ou a alemã e baseiam-se apenas em suposições de tendências, fugindo de uma investigação sociológica e científica.

Entretanto, entende-se que as mudanças ocorridas na sociedade nos últimos séculos não resultam de tendências generalistas como fruto de um pensamento sociológico sem fundamento. Como observa De Masi, a transição das fases de industrialização e produção não significa substituição radical da precedente – industrial – pela seguinte – pós-industrial, significa que “um elemento passa a ser central em vez do outro, que perde a hegemonia, mas não a presença e influência” (2000, p. 167). Portanto, foram sempre modificações progressivas, de alcance global e que, na essência da estrutura social, conservam sua identidade e as principais características.

A evolução das relações no tecido social, principalmente as que tangem ao regime de trabalho, foram acompanhadas em paralelo pela evolução das práticas sociais do turismo e do lazer, de forma complementar. Com a modernidade e o desenvolvimento da comunicação modificaram-se os hábitos e costumes, as viagens foram sofisticando-se e adaptando-se às novas exigências e tendências do mundo globalizado, ou seja, às exigências da demanda cada vez mais informada.

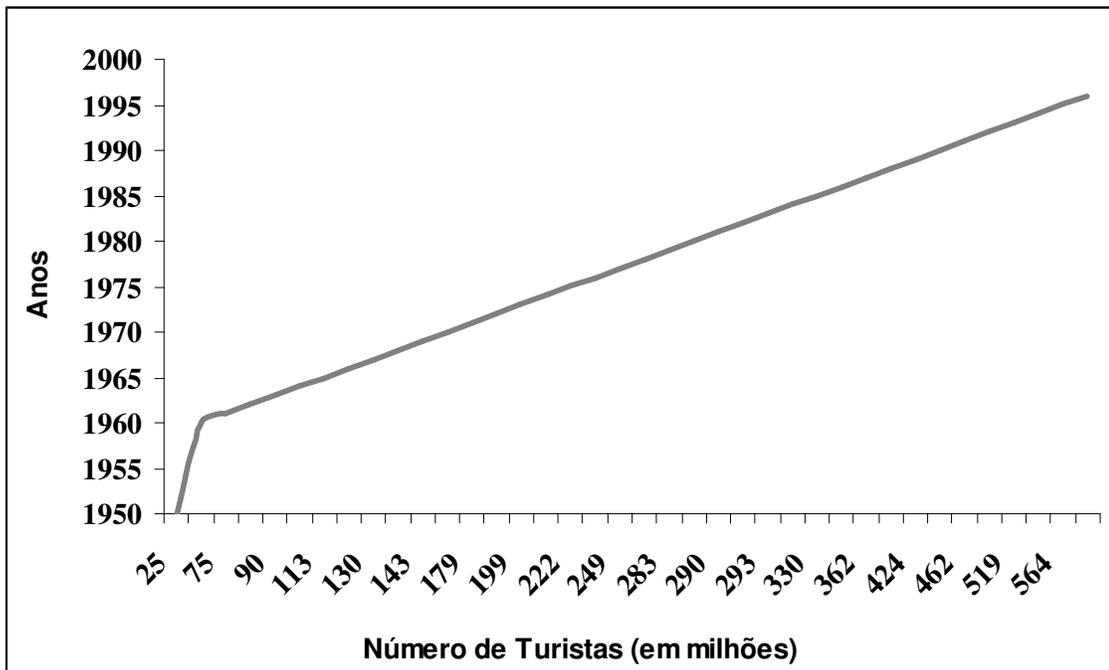
Dentre as modificações decorrentes do emprego das novas tecnologias nos meios de trabalho e do cotidiano, identificam-se o aumento do tempo livre (MARCELLINO, 1983) e a percepção por parte da sociedade da necessidade do lazer (DUMAZEDIER, 1999). O homem passou então a buscar destinos turísticos longe dos espaços dominados pela alta tecnologia e pelas influências da industrialização, onde os efeitos como esgotamento físico e psíquico marcam o compasso do dia-a-dia.

Após a Segunda Guerra Mundial observou-se um salto de desenvolvimento tecnológico, de descobertas nas áreas biológicas e biomoleculares, na produção de novos materiais, a ascensão da eletrônica, da informática e das telecomunicações, o que por sua vez favoreceu o desenvolvimento do turismo. Segundo Trigo (2001, p. 16), o setor de prestações de serviços foi constantemente se ampliando e se sofisticando para atender as exigências da demanda, pois aumentou o número de pessoas com possibilidades financeiras e disponibilidade para viajar.

O autor (Ibid. p. 18) identifica a chamada sociedade pós-industrial como aquela que a partir da década de 1950 desenvolveu alta tecnologia com a economia fortemente marcada pelo crescimento do setor terciário, pela informatização industrial e avanços cibernéticos. Tais

fatores contribuíram para o desenvolvimento econômico e aumento do poder de compra dos consumidores que, somados ao fato do aumento do tempo livre disponível, aumentaram do número de viagens por todo o mundo, é o que pode ser observado no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Crescimento do número de chegadas em todo o mundo.



Fonte: adaptado de OMT (2001, p. 5).

O período demonstrado no gráfico também é identificado por Guedes (2003, p. 67) como aquele quando o homem passa a utilizar a criatividade em favor do descobrimento e da experimentação de novas sensações, do conhecimento de novos lugares, climas e paisagens, bem como do contato com diferentes modos de vida, culturas e civilizações. O turismo, dessa forma, configurou-se, e assim permanece, como uma ferramenta de escape das tensões e cansaços provocados pela vida agitada do cotidiano, como uma terapia para a sociedade com efeitos de estabilização mental, física e espiritual.

O turismo e as práticas do lazer assumem tal importância na sociedade atual que marcam de maneira profunda os relacionamentos interpessoais. A sociedade tornou-se dependente do tempo destinado a esse fim, que por sua vez acaba por refletir na estabilidade

emocional e na harmonia pessoal. Krippendorf (2000, p. 15) denomina esse sistema de “ciclo de reconstituição humana na sociedade industrial”, ainda esclarece:

Nos nossos dias a necessidade de viajar é sobretudo criada pela sociedade e marcada pelo cotidiano. [...] Sentem necessidade urgente de se desfazer temporariamente da rotina massificante do dia-a-dia do trabalho, da moradia e do lazer, a fim de estar em condições de retomá-la ao regressarem. O trabalho é cada vez mais mecanizado, compartimentado e determinado fora da esfera de sua vontade. Sentem em seu âmago a monotonia do cotidiano, a fria racionalidade das fábricas, dos escritórios, dos imóveis residenciais e da infra-estrutura rodoviária, assim como o empobrecimento das relações humanas, a repressão dos sentimentos, a degradação da natureza e a perda da naturalidade (Ibid., p. 15).

Aliado às necessidades de descanso, fuga do cotidiano e reconstituição física e mental, está uma tendência que acompanha a atividade do turismo como fruto do mesmo processo social e econômico que o fizeram assumir tal destaque na atualidade, fala-se das práticas intensas do consumo. Se as necessidades acima mencionadas satisfazem exigências tipicamente humanas, quase que inteiramente fisiológicas, o consumo é agregado a elas como forma de satisfazer a necessidade da realização de sonhos e desejos.

Para Portuguez (2001), o tempo livre se converte cada vez mais em tempo utilizado para o consumo. O turismo proporciona a utilização do tempo de não-trabalho como forma de unir a satisfação das necessidades humanas à satisfação dos desejos e à realização de sonhos. As pessoas compram destinos turísticos, entradas para teatros e musicais, paisagens exuberantes, quartos de hotéis famosos que, na realidade, são símbolos ou experiências de vida em torno dos sonhos e realizações pessoais.

Até aqui se pôde observar como ocorreu a co-existência entre o dois aspectos distintos na formação da sociedade dita pós-industrial. De um lado a evolução da tecnologia e da ciência, o que provocou conseqüências diretas na estrutura social conhecida, como o aumento do tempo livre e o desgaste físico e psíquico advindos das pressões relacionadas com o trabalho e de outro lado a institucionalização do turismo e do lazer como prática indispensável para o bom viver e a formação das estruturas para o atendimento da cultura do consumo.

Antes de destacar as influências do turismo em uma localidade ou região, como uma ferramenta para o desenvolvimento, é necessário compreender o significado e as implicações acerca do termo desenvolvimento aqui utilizado.

2.2 Desenvolvimento: algumas considerações sobre o conceito

Como pode ser observado na literatura existente, não é tarefa simples encontrar uma concepção universalmente aceita do que seja desenvolvimento e também sem que esse termo esteja precedendo um outro conceito mais específico como desenvolvimento social, econômico, pessoal, humano, industrial ou outro. Entre essas diversas abordagens o consenso se detém na crença do desenvolvimento como forma de evolução qualitativa e de melhorias dos padrões e indicadores em cada uma das áreas.

Gramaticalmente, o termo desenvolvimento é o ato ou ação conseqüente à “desenvolver”. Entretanto, sob o entendimento de Boog essa palavra assume uma nova dimensão. Para o autor, ela pode ser observada na forma de “des-envolver” ou “deixar de estar envolvido” (1999, p. 193), ou seja, uma forma de evolução por meio da quebra ou transformações de padrões, paradigmas, regras ou mesmo limites.

Transformações de padrões ou quebra de paradigmas podem ser identificados como elementos que sempre acompanham o entendimento acerca da palavra desenvolvimento, entretanto, observa-se que ainda há um problema de ordem conceitual que merece ser esclarecido, é a confusão ou mau uso do referido termo com a palavra crescimento.

No entendimento da economia, existem duas correntes de pensamento. Como relata Souza (1997, p. 16), uma primeira corrente considera crescimento apenas como sinônimo de desenvolvimento, já a segunda entende que o crescimento é uma condição indispensável para que haja o desenvolvimento.

Para fins de esclarecimento, uma reflexão coerente pode ser observada em Molina e Rodríguez (2001, p. 19) quando relata as diferenças existentes entre os dois. As diferenças são expressas da seguinte forma:

- O *crescimento* econômico se mede em termos reais e objetivos, através de valores quantitativos, sem considerar os aspectos sociais.

- O *desenvolvimento* econômico se ocupa tanto dos indicadores quantitativos quanto dos aspectos sociais, como a mobilidade social e a qualidade de vida.

Com efeito, em turismo, a constituição conceitual do termo também sofre com as influências diretas dos fatores econômicos. Pensar em desenvolvimento é quase que aproximá-lo dos expoentes econômicos e dos índices de crescimento. É estabelecer novas estratégias de trabalho e evolução da atividade do turismo fundamentada na quebra dos limites econômicos existentes. Entretanto, nas últimas décadas tem ganhado força e vigor o pensamento de desenvolvimento aliado às dimensões sociais, políticas e, principalmente, ambientais. Neste sentido, Vieira (1987) afirma que:

É preciso qualificar o desenvolvimento, diferenciando-o do simples crescimento econômico. Mais precisamente é preciso submeter todo e qualquer desenvolvimento a uma crítica ecológica e não apenas econômica. A qualificação ecológica do desenvolvimento propõe uma visão de toda a aparelhagem econômica, técnica e científica que permite a sociedade a sua sobrevivência [...] (Ibid., p. 74).

Voltando-se o olhar para os estudos em turismo, supõe-se que haja o crescimento da demanda turística para determinado destino ou produto turístico e com ele a elevação dos índices turísticos locais como a ocupação hoteleira, gastos dos turistas, procura por passeios diversificados, lucros empresariais, entre outros. Isso não significa que haja ao mesmo tempo o desenvolvimento do turismo na localidade, pois a qualidade na prestação dos serviços pode estar sendo prejudicada pelo excesso de turistas e a população não ser beneficiada por esse crescimento. Sendo assim, identifica-se o desenvolvimento quando este se alia ao crescimento na busca da qualidade. Neste sentido, faz-se oportuno observar o exemplo relatado por Cavalcanti:

Ninguém se arrisca a propor que o PIB permaneça constante enquanto mudanças estruturais estejam tendo lugar. Portanto, parece-me uma forma de escapismo sublinhar as diferenças de concepção que há entre desenvolvimento e crescimento. [...] O que está em jogo neste contexto é a busca da melhoria da qualidade de vida. Todo indivíduo deseja ser feliz, viver uma longa vida, alcançar a plena realização de si próprio. O desenvolvimento pode levar a tais objetivos (1998, p. 163).

Recorrendo-se a literatura existente sobre turismo pode ser observado que o tratamento conceitual do termo desenvolvimento pressupõe a existência da atividade sob os olhares atentos da sustentabilidade nos vários segmentos onde a atividade influencia. O pensamento

ou o entendimento do turismo quanto ao desenvolvimento local, desde os primeiros escritores até as novas gerações, divide-se fundamentalmente em duas grandes abordagens que acompanham a evolução contínua da atividade no processo de maturação científica, ambos amparados nas discussões de uma prática de turismo sustentável. A primeira é denominada “*Tourism First*” (primeiramente o turismo) e a segunda “*Development First*” (primeiramente o desenvolvimento), citados por Burns (1999, p. 26).

De acordo com o “*Tourism First*”, o desenvolvimento da atividade pode ser entendido como projetos ou lugares de desenvolvimento turístico que estejam ligados à tendência de crescimento constante do número de visitantes. Nesta perspectiva os objetivos concentram-se na busca imediata de locais adequados para construção de resorts, hotéis e outros atrativos turísticos como suprimentos para a atividade do turismo.

Essa perspectiva de desenvolvimento pode ser identificada no modelo de planejamento PASOLP – Product’s Analysis Sequence for Outdoor Leisure Planning (Seqüência de Análise de Produto para Planejamento do Lazer) – (Bovey e Lawson, 1977), no qual a atividade do turismo atende principalmente as necessidades de seus investidores.

Sob um outro foco, o “*Development First*” aproxima a abordagem do desenvolvimento econômico dentro do contexto holístico de conhecimento, aliando-o às necessidades sociais e culturais locais. Leva em consideração uma aproximação multidisciplinar para o turismo e como ele pode ser desenvolvido no contexto de inter-relacionamento com o ambiente que o cerca, entretanto ainda confunde-se quanto aos reais objetivos pretendidos para o turismo.

De acordo com essas duas abordagens de desenvolvimento encontradas no turismo, observa-se que de um lado há uma tendência que atende as necessidades de crescimento dos índices econômicos e de percentagens de lucratividade e de outro, há preocupações acerca da evolução do turismo onde os aspectos holísticos, não só os índices econômicos e de rápido estruturação da indústria do turismo, mas também os aspectos de qualidade na gestão inter-relacionada do ambiente natural e cultural com os aspectos referentes à satisfação das necessidades sociais e de geração de empregos e renda.

Encontrar um meio de aliar as perspectivas de desenvolvimento para atender aos anseios do rápido crescimento da atividade, como importante geradora de divisas, e o desenvolvimento em longo prazo, valorizando os fatores relacionados ao desenvolvimento amparado na qualidade de vida dos envolvidos, representam ser o grande desafio para os gestores em turismo.

Portanto, a análise da utilização do conceito de desenvolvimento por parte de diversos autores demonstra que este é caracterizado por um conjunto de ações voltadas às melhorias das condições de vida do ser humano. Como relata Krippendorf (2002), o único caminho evolutivo a ser seguido num processo de desenvolvimento da atividade do turismo é o *crescimento qualitativo*, que seja orientado para o aumento da *qualidade de vida*, o que seria o mesmo que prosperidade econômica aliada ao bem-estar.

2.3 Impactos do turismo

Reconhecidamente, a força do turismo como fenômeno social e econômico gera impactos de diferentes magnitudes. A intensidade desses impactos costuma ser dividida em áreas nas quais o turismo tem influência, a saber: na economia local, regional, nacional ou mesmo internacional; no meio ambiente, seja ele natural ou artificial; e na esfera sociocultural, o que abrange fatores comportamentais dos turistas e da comunidade receptora e as inter-relações do turismo com as diversas tradições e culturas das regiões visitadas.

Quando se pensa em *impactos* no turismo pode ser observada a abordagem de Ruschmann, quando o caracteriza como “a gama de modificações ou a seqüência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades receptoras” (1997, p. 34). Tal conceito corrobora para o entendimento de que os impactos gerados pelo turismo transitam não somente entre efeitos negativos e perversos, mas também abrangem os efeitos positivos gerados pelo processo de desenvolvimento da atividade, sendo que ambos devem ser considerados.

A classificação dos impactos para destinos turísticos aqui mencionada é fundamentada por Cooper et al. (2001), que a divide em impactos *econômicos*, *socioculturais* e *ambientais*.

2.3.1 Impactos econômicos

A concentração dos primeiros trabalhos sobre os impactos do turismo nas áreas relativas à economia, ocorria pelo fato de serem de quantificação e mensuração mais fáceis do que nas áreas ambientais e sociais, havia também a preocupação com o posicionamento da atividade do turismo na sociedade enquanto uma área a ser explorada e aceita por gestores como fonte geradora de divisas e empregos, mostravam-se então os benefícios econômicos que o turismo implicava para os destinos que o acolhiam.

Atualmente os estudos econômicos para o setor de turismo têm ganhado outras dimensões e posicionamentos críticos, aproximando a área do turismo das discussões científicas da economia moderna. Ainda, como observa Muñoz de Escalona (1996, p. 52), os efeitos econômicos gerados pelo turismo são aqueles que proporcionam a atividade um grande nível de importância no cenário mundial.

A crescente preocupação quanto aos estudos econômicos em turismo, bem com o crescimento do número de publicações e trabalhos realizados nessa área, é decorrente da importância que do turismo como fonte geradora de divisas em todo mundo. Como pode ser observado nos dados divulgados pela OMT (apud RABAHY, 2003, p. 20), nos últimos 20 anos o número de chegadas de turistas no mundo mais que duplicou (2,5 vezes) e mais que quadruplicou (4,5 vezes) a receita gerada em dólares, além gerar recursos que variam entre 7 e 8% do volume total de exportações, movimenta cerca de 480 bilhões de dólares, e colocando-se como um dos cinco primeiros itens geradores de divisas na economia internacional.

Pode-se dizer que os impactos econômicos do turismo se dão na esfera macro ou nacional e também na esfera regional ou local. A Organização Mundial do Turismo – OMT (2001, p. 202) expõe alguns aspectos positivos e outros negativos gerados pela atividade turística na economia de um país ou de uma localidade. Dentre os aspectos positivos destacam-se:

A contribuição do turismo para o equilíbrio da balança de pagamentos (ibid., p. 202): em âmbito internacional o turismo gera um fluxo de exportação e importação de moeda estrangeira para cada economia nacional, contribuindo para variações nas balanças de

pagamento. Como outras indústrias de exportação, o montante de capital acaba por gerar um faturamento que se multiplica nas empresas diretas e indiretas ligadas com o setor, nos empregos, na renda familiar e na arrecadação e receita governamental.

Contribuição do turismo ao Produto Interno Bruto (PIB) (Ibid., p. 204): sabe-se que o tamanho e o valor de uma economia nacional se expressa pelo valor global de todos os bens e serviços produzidos por essa economia durante um período de tempo determinado, esse valor é conhecido como o Produto Interno Bruto ou PIB de um país (ROSSETTI, 1997). O turismo pode contribuir de maneira significativa para as variações nesse índice e, portanto, para o crescimento das economias nacionais.

Bull (1998), quando analisa o crescimento do setor turístico nas economias nacionais, destaca alguns motivos para essa contribuição. Em primeiro lugar porque a maioria dos gastos dos turistas são considerados como gastos de consumo, em segundo lugar os gastos de empresas em edificações, equipamentos e similares são considerados como aqueles que tem propriedade de produzir outros bens e serviços e por fim, porque o turismo acrescenta para a situação de importação, no qual o turista gasta seu dinheiro em país estrangeiro e para a exportação, quando um país pode vender seus serviços a turistas internacionais.

Turismo como motor da atividade empresarial (OMT, 2001, p. 206): para que a atividade do turismo se desenvolva é necessário que diversas empresas estejam atuando diretamente e indiretamente no setor e elas são beneficiadas com o crescimento do turismo, haja vista que esse fator estimula o crescimento da demanda de bens e serviços locais como materiais de construção, produtos alimentícios, medicamentos e vestuário, serviços de transporte e alojamento, entre outros.

Contribuição do turismo para o aumento e a distribuição de renda (Ibid., p. 206): o turismo representa uma possibilidade de melhoria econômica no nível de vida da população residente, atuando como fonte de estímulo à capacitação profissional e utilização de mão-de-obra especializada, aumentando o número de empregos diretos e indiretos e a renda das famílias envolvidas com a atividade.

O efeito da renda no turismo, como relata Lickorish e Jenkins (1997, p. 101), tem sido descrito pela referência ao efeito multiplicador, no qual se analisa o impacto contínuo dos

gastos do turismo na economia, ou seja, o gasto inicial do turismo irá passar pela economia e estimular gastos indiretos adicionais e gastos induzidos pelo gasto inicial. Mesmo sabendo disso, é difícil julgar se os efeitos da renda provenientes dos empregos em turismo são maiores ou menores do que em outros setores da economia.

Atrelados aos efeitos positivos da atividade turística sobre uma nação, região ou destino, estão os efeitos negativos – a OMT chama de “custos” (2001, p. 207) – que também são considerados na observação dos impactos do turismo, são eles:

Custos de oportunidade (Ibid., p. 207): leva em consideração a escolha – a oportunidade – da utilização dos recursos existentes em um destino, como os recursos naturais, culturais e sociais, na atividade turística ao invés da aplicação em outro setor econômico, considerando que esses recursos são limitados e devem ser utilizados de maneira que gerem maior número de benefícios para a população e o máximo de eficiência dos investimentos.

Custos derivados das flutuações da demanda turística (Ibid., p. 207): são os custos gerados a partir da diminuição da procura por serviços e produtos turísticos, haja vista que a demanda turística é sensível às variações de preços, às mudanças políticas e econômicas e aos efeitos ambientais. A queda da demanda turística provoca a queda da procura por bens locais, ou seja, menos entradas em forma de benefícios e salários e menor poder aquisitivo por parte população local.

Possível inflação derivada da atividade turística (Ibid., p. 207): ocorre quando há um aumento excessivo dos preços dos produtos e serviços turísticos na busca do aumento da lucratividade pelas empresas ligadas diretamente ao setor, pois partem do pressuposto que o poder aquisitivo da demanda permite enfrentar a subida de preços, o que não ocorre com grande parte da população local.

Perda de benefícios econômicos potenciais (Ibid., p. 208): essa perda pode ser observada nos locais turísticos onde há grande quantidade de instalações e empresas turísticas pertencentes a investidores estrangeiros e, portanto, a maior parte dos lucros obtidos sai fronteiras do país para serem repartidos nos países de origem dos investidores.

Distorções na economia local (Ibid., p. 208): o turismo pode prejudicar o desenvolvimento dos outros setores da economia pelas características próprias do turismo. As influências positivas do turismo na economia local, principalmente na geração de renda e aumento do número de empregos, pode estabelecer concorrência direta com outros setores da economia que não se encontra nas mesmas circunstâncias para competir.

Em alguns países o desenvolvimento do turismo marca fortemente todos os setores da economia nacional, fazendo com que até mesmo se crie uma dependência da atividade. Segundo a OMT (apud Rabahy, 2003), pelo menos sete países registram uma contribuição do turismo superior a 50% do PIB e doze com mais de 40%, dentre os quais destacam-se: Maldivas (83,3%), Antigua (72,3%), Ilhas Virgens (69,5%), Bahamas (41,6%) e Barbados (40,4%). Esses países caracterizam-se por apresentar baixo nível de renda e por ter na atividade do turismo sua principal fonte de receita, haja vista que dispõem de recursos paisagísticos de rara beleza.

De acordo com Molina (2005, p. 34), para os países em desenvolvimento, a dependência do setor turístico, como a exemplo dos países citados acima, não representa aspectos negativos diferentes do que a dependência de outros setores da economia, para o referido autor o desafio está em definir o grau de dependência compatível com o nível de desenvolvimento de cada país.

Entretanto, dentre as análises realizadas por Rabahy (2003, p. 16) sobre o turismo e as economias mundiais, o autor relata que as principais características dos países que compõem os oito primeiros lugares do ranking mundial de emissores e receptores são suas boas condições socioeconômicas, principalmente quando se observa o nível e distribuição de renda.

Sendo assim, é válido lembrar que o impacto do turismo nas condições econômicas dos países se manifesta de forma diferenciada, segundo as características e tipologias encontradas em cada localidade. Como analisa Dwyer et al. (2004, p. 308), nos países mais desenvolvidos, por exemplo, os impactos gerados pela atividade do turismo tendem ser mais significativos do que nos países em desenvolvimento.

A diferença de influência do turismo nos países com melhores condições socioeconômicas para aqueles ainda em processo de desenvolvimento reflete em outra

importante questão, a avaliação desses impactos. A forma de verificação dos impactos gerados pelo turismo tem ampla disseminação e estudo, entretanto, atualmente, as dificuldades residem em organizar e quantificar as informações geradas por esses impactos.

Por se tratar o turismo de uma atividade que transita em diferentes setores da economia, os gastos gerados pelos turistas atingem não apenas os setores diretamente envolvidos na prestação do serviço como hotéis, restaurantes e empresas de transporte, mas também, de forma indireta, fornecedores e empresas terceirizadas, além da geração de impostos e receitas para o governo. Assim, torna-se complicado calcular o real montante monetário gerado pelo turismo que circula na economia.

O assunto toma sérias proporções quando se analisa, por exemplo, as principais instituições que estudam e expõem dados e informações a respeito do turismo no mundo e seus interesses na divulgação dos valores. De acordo com Palhares (2002 apud SMITH & WILTON, 1997), os números divulgados pela Organização Mundial do Turismo – OMT – e o pelo Conselho Mundial de Viagem e Turismo – WTTC – para um mesmo índice diferem substancialmente. Isso ocorre, como analisa o autor, porque a WTTC constitui-se de uma coalizão de empresários e presidentes de empresas que tem por objetivo, através de seus estudos, convencer os governantes mundiais da grande importância do turismo. Já a Organização Mundial do Turismo – OMT, uma organização independente formada por representantes e estudiosos de diversos países propõe-se, de forma acurada, a mensurar a contribuição do turismo sem a necessidade do destaque exagerado para os índices econômicos visto que não se beneficia por isso.

Em 1991 a OMT, associada às Nações Unidas, patrocinou a Conferência Internacional sobre Estatísticas de Viagens e Turismo em Ottawa, no Canadá. Nesse evento estavam reunidos mais de 200 representantes de 90 países para debater diversos conceitos com o objetivo de recomendar para diversos países o uso de uma metodologia universal para a mensuração dos impactos e efeitos econômicos do turismo. As definições e recomendações encontram-se no documento *Recommendations on Tourism Statistics* (1994).

Dentre os resultados do evento, pode-se identificar a recomendação de adoção por parte das economias mundiais da Conta Satélite em Turismo. Uma metodologia uniforme de mensuração dos impactos econômicos do turismo que segue as diretrizes do Sistema de

Contabilidade Nacional, das Nações Unidas, o qual já dá subsídio metodológico para a organização da informação econômica de muitos países, inclusive do Brasil.

A adoção das Contas Satélites de Turismo² por diversos países demonstra que a atividade está assumindo caráter de confiabilidade e organização, o que proporciona aos pesquisadores e estudiosos uma fonte de informação abrangente e qualificada sobre os gastos em turismo, tendências de mercado, comportamento do consumidor e expectativas futuras para a atividade.

Esses estudos demonstram que a importância do turismo para as economias já alcançou reconhecimento e a partir disso abriu-se espaço para a busca da qualidade nos estudos, ou seja, a obtenção de dados, a mensuração real dos impactos econômicos da atividade e como eles são obtidos passaram a fazer parte das análises para o turismo.

2.3.2 Impactos socioculturais

As diferenças de tradições, costumes, hábitos e modos de vida de povos de diferentes países, ou mesmo de comunidades de diferentes regiões em um mesmo país, formam as bases para o estímulo à experimentação por parte dos turistas e visitantes, ávidos pelo conhecimento do que é exótico e incomum às suas experiências cotidianas.

O turismo apresenta importantes implicações socioculturais, tanto em relação ao turista quanto em relação ao residente local, e ainda sobre a relação entre ambos. Identificar os aspectos negativos que influenciam tal relação é possibilitar ao estudo do turismo, em primeiro lugar, uma observação rumo à prevenção dos efeitos perversos às comunidades receptoras e para o desenvolvimento do turismo sustentável e, em segundo lugar, para o entendimento de que nem toda forma de mudança sociocultural é necessariamente ruim. Como relata Charon (2002, *passim.*), para alcançar um padrão elevado de vida, algumas mudanças socioculturais são muitas vezes necessárias, sem que haja necessidade de prejudicar a identidade social ou cultural.

² Para demais esclarecimentos consultar FRECHTLING, Douglas. **Cuenta Satélite: fundamentos, avances y otras cuestiones.** Estudios Turísticos, n° 144, p. 39-52, 1999.

Neste sentido, observa-se na literatura existente que os efeitos sociais e os efeitos culturais provocados pelo turismo são considerados, em sua maioria, como efeitos combinados (COOPER et al, 2001; ARCHER e COOPER, 2002; KRIPPENDORF, 2000.), entretanto, outros autores preferem a análise como efeitos distintos, como é o caso de Mathieson e Wall (1990).

De forma semelhante aos impactos econômicos do turismo, os impactos socioculturais abrangem uma série de efeitos diretos e indiretos que por vezes se sobrepõem, sendo representados em uma gama enorme de aspectos, desde as artes e o artesanato até o comportamento fundamental do indivíduo e de grupos coletivos (BARRETO, 2004), por esse motivo torna-se difícil a análise distinta.

Apesar da superposição de conceitos e da dificuldade de distinguir o que é puramente um impacto social de um impacto estritamente cultural, alguns autores preferem manter a distinção por questões didáticas, para facilitar o entendimento do todo. Neste sentido, adotou-se aqui a abordagem de Dias (2003, p. 76), na qual o autor divide os impactos sociais em oito categorias e os impactos culturais em duas categorias.

Sendo assim, os impactos sociais agrupam-se nos seguintes critérios, segundo o fator de predomínio sobre os efeitos culturais: ressentimento local resultante do choque de culturas; transformação da estrutura de trabalho; saturação da infra-estrutura; transformações dos valores e condutas morais, modificação dos padrões de consumo; problemas de saúde; etnocentrismo e excesso de padronização; e os efeitos culturais dividem-se em impactos na cultura material e na não material.

1 – Ressentimento local resultante do choque de culturas: refere-se aos efeitos provocados pelo contato de pessoas representantes de diferentes culturas, valores e estilos de vida, línguas, grupos religiosos e etnias. Um desses efeitos é a acentuada desigualdade econômica entre visitantes e moradores locais, o que pode ser verificada pelos hábitos de consumo dos visitantes, pois advêm de sociedades nas quais os padrões de consumo e de estilo de vida são diferentes da encontrada nos destinos e também.

2 – Transformação da estrutura de trabalho: o turismo proporciona oportunidades de trabalho e possibilita o deslocamento de pessoas para novas áreas turísticas, gerando

expectativas de melhorias das condições sociais. Entretanto, os postos de trabalhos abertos pela atividade turística sofrem pelos efeitos da sazonalidade e por níveis de salários baixos para os empregados do setor se comparados com outros setores da economia.

3 – Saturação da infra-estrutura: a saturação ocorre quando há um rápido aumento da demanda para um destino turístico, o que pode provocar o aumento da rejeição e da irritabilidade da população local em relação aos visitantes.

4 – Transformação dos valores e condutas morais: a relação que o turista exerce no destino turístico pode provocar mudanças de comportamento na sociedade receptora, pois esta tende a atender as necessidades da demanda. Entre essas mudanças de comportamento identificam-se o aumento da prostituição e das doenças sexualmente transmissíveis, aumento do consumo e tráfico de drogas e do alcoolismo, aumento das taxas de criminalidade e, como consequência da desigualdade social, a exploração do trabalho infantil.

5 – Modificação nos padrões de consumo: o turista aparece para o visitante como alguém bem-sucedido e com boas condições financeiras, o que pode ascender à tendência de imitar o comportamento e os padrões de consumo daquele, apesar de o turista adotar padrões de comportamento e consumo que não adotaria no restante do ano, como observa Krippendorf (2000, *passim*).

6 – Problemas de saúde: o grande número de turistas ou de pessoas empregadas na indústria do turismo pode acarretar saturação da infra estrutura local, possibilitando a ocorrência da falta de condições de higiene adequando e suficiente para atender as necessidades de todos os usuários do local como, falta de água potável, acúmulo e transbordo de dejetos e lixo na rede de esgoto ou dificuldade do recolhimento do lixo produzido, o que podem agravar os problemas de saúde.

7 – Manifestação do etnocentrismo: a maioria dos fluxos turísticos tem origem nos grandes centros urbanos, onde as pessoas são portadoras de valores diferentes dos encontrados no destino turístico, pois aqueles têm acesso a muitas tecnologias e facilidades industriais. Tal contexto pode provocar sentimentos de superioridade por parte dos turistas frente às comunidades receptoras e essas, ao receberem o turista, intensificam suas diferenças étnicas e raciais.

8 – Excesso de padronização: há um risco de padronização dos serviços destinados aos turistas, o que acarretaria a perda da identidade local, tornando-se mais um local conhecido e não único e diferenciado.

De forma semelhante aos impactos sociais do turismo, aqui são apresentados os impactos culturais de acordo com a sua predominância sobre os efeitos sociais, para melhor entendimento dessa realidade.

1 – Impactos na cultura material: podem ser consideradas as formas de cultura material mais importantes para o turismo o artesanato e a arquitetura. O primeiro pode ser afetado quando se torna um produto de comercialização massiva, produzido para atender especialmente a exigência da demanda, perdendo seu significado simbólico e original. Os efeitos na arquitetura vão desde a descaracterização dos espaços de valor histórico até a homogeneização dos estilos, das construções e dos usos de materiais em determinado espaço, perdendo aspectos de originalidade.

2 – Impactos na cultura não material: refere-se aos impactos negativos para a identidade local por meio da descaracterização e perda de dos significados mais profundos das manifestações populares como a dança, as manifestações religiosas, rituais e costumes.

2.3.3 Impactos ambientais

O turismo, em suas variadas manifestações, seja através das práticas culturais, da observação da história, da realização de negócios ou mesmo do uso do ambiente natural, o meio ambiente, em seu mais amplo sentido, aparece como componente condicionador da atividade, embora a realidade seja repleta de outras dimensões.

Para Swarbrooke (2000, p. 108), a relação harmoniosa entre o turismo e o meio ambiente é de suma importância para que não só o ambiente físico, natural ou artificial, possa ser conservado para apreciação pelas futuras gerações, mas também para a própria sobrevivência da atividade do turismo.

Neste sentido, primeiramente, é importante a observação que a atividade do turismo acontece e se desenvolve em meio a um espaço determinado. Neste espaço, como relata Cruz (2003), encontra-se um conjunto de elementos que caracterizam a inserção e desenvolvimento da atividade no local, formando assim o chamado “território turístico” (p. 12). A autora destaca, ainda, que podem ser observadas duas situações distintas quanto aos objetos inseridos nesse espaço:

1. O turismo introduz no espaço, objetos definidos pela possibilidade de permitir o desenvolvimento da atividade como, por exemplo, meios de hospedagem, infra-estruturas relacionadas à alimentação e ao lazer.

Somando-se a análise sobre essa abordagem, o turismo não se desenvolve apenas com a existência desses objetos expostos no cenário local. É o que se encontra na teoria fundamental dos estudos sobre o turismo e, como se observa nos estudos de Mariani (2003, p. 23), é necessário, como forma complementar, a existência de uma infra-estrutura de apoio que proporcione suporte aos equipamentos turísticos como infra-estrutura de saneamento básico, de coleta e tratamento de lixo, de transporte coletivo urbano e de estradas e pavimentação.

2. Existem objetos pré-existentes no espaço que podem ser absorvidos pelo e para o turismo, tendo seu significado alterado para atender uma nova demanda de uso, a “demanda de uso turístico” (CRUZ, 2003, p. 12).

A construção da infra-estrutura e das facilidades para atender a demanda turística transforma inevitavelmente o aspecto físico do lugar onde o turismo surge, e essas facilidades, se não forem planejadas de modo adequado poderão afetar a qualidade do ambiente, tanto o ambiente natural quanto o artificial e também a atmosfera do ambiente cultural, que estão muitas vezes no centro da atratividade dos lugares para o turismo.

Uma das maiores preocupações existentes atualmente diz respeito justamente ao balanço entre a conservação da biodiversidade e o desenvolvimento do turismo (SANSOLO, 2002, p. 69). Até meados do século XX ainda não havia uma preocupação em escala global acerca da conservação dos recursos naturais, atualmente, é possível compreender que os problemas ambientais possuem raízes que se relacionam com problemas de natureza humana,

de condições de vida, de desigualdade social e também da utilização que se dá ao ambiente natural, como é o caso do turismo.

Os impactos que a atividade do turismo pode causar no meio ambiente são diversos, desde os negativos, como danos diretos e irreversíveis à paisagem natural, até os positivos, como o incentivo à preservação dos espaços de valor natural ou histórico. Abaixo, são expostos os principais impactos que tem o turismo sobre o meio ambiente (OMT, 2001, p. 231):

Quanto aos impactos negativos, o turismo pode acarretar poluição arquitetônica, quando os equipamentos e infra-estruturas utilizadas pela atividade não estão integrados à paisagem ou aos estilos arquitetônicos; problemas com o acúmulo e o não tratamento de lixo e a poluição das águas, gerados principalmente pelo excesso do fluxo de turistas em regiões que não dispõe de estrutura para atender uma demanda elevada; poluição sonora e do ar, caracterizado pelo grande número de veículos em lugares saturados, o que afeta a qualidade do entorno residencial e natural.

Ruschmann (2000, p. 60) acrescenta que o turismo pode gerar efeitos negativos paralelos aos naturais, considerados como efeitos econômicos conseqüentes da utilização dos recursos naturais. A autora acredita que, apesar de o turismo se utilizar de grande contingente de mão-de-obra e consumir grandes espaços geográficos, pode ocorrer disputas entre atividades as econômicas locais, provocando prejuízo para as atividades tradicionais, como a pesca ou a agricultura, ou mesmo para o turismo, tornando-se indesejável para a população local.

No que se refere aos impactos positivos, o turismo pode atuar como um instrumento promotor de medidas de conservação e melhoria da qualidade ambiental, assegurando a proteção de espécies animais em extinção, a preservação e a restauração dos edifícios e lugares históricos e, principalmente, estimular as iniciativas de planejamento por parte da administração pública com a finalidade de manter e controlar a qualidade do ambiente (OMT, 2001, p. 233).

O turismo realizado em áreas naturais teve grande crescimento a partir da década de 1990, quando as diversas modalidades e atividades cresceram e incorporaram-se ao conjunto

dos segmentos das viagens turísticas. Boullón (2002, p. 226) relata que o “planejamento turístico do espaço natural é consequência de uma decisão anterior, que se refere aos tipos de uso, atividades e tipos de turismo que se quer realizar”. É interessante observar a abordagem do referido autor, pois para ele é necessário planejar os usos turísticos no ambiente natural sem pensar em planejar a paisagem. Nesse caso, o valor recai sobre a decisão acerca do tipo de turismo realizado e não sobre as modificações diretas no ambiente natural, pois essas seriam consequências daquelas.

O turismo realizado especificamente em ambientes naturais tem nos recursos provenientes a natureza seu principal objeto de consumo, já que não requerem o grande leque de infra-estruturas urbanas exigidas pelo turismo de massa, diferentemente do que acontece com o turismo realizado nos ambientes urbanos.

A expressão “turismo de massa”, como lembra Cruz (2003, p. 15) refere-se à organização da atividade de forma que se utilize dos equipamentos turísticos disponíveis, proporcionando o barateamento dos custos de viagem e, assim, permitindo que um grande número de pessoas viajem, ou seja, essa modalidade de gestão pode não causar, necessariamente, impactos negativos à destinação.

É válido destacar que o ambiente urbano diferencia-se do natural, em suma, por dois fatores fundamentais. Castrogiovanni (1999) destaca que um deles é o fato da cidade concentrar, no território, os equipamentos necessários ao desenvolvimento do chamado turismo de massa como, por exemplo, infra-estruturas de acesso, de hospedagem, alimentação e de apoio à atividade, e o outro fator relativo à existência de infra-estruturas de lazer. O Quadro 1 demonstra um comparativo entre as modalidades de turismo e as infra-estruturas necessárias.

Quadro 1 – Modalidades de turismo e infra-estruturas

Tipos de infra-estrutura	Turismo de massa	Turismo de natureza
Deslocamento	Estradas, rodoviárias, aeroportos.	Idem. Possível precariedade do acesso, entretanto, não somente não inviabiliza sua prática, como pode ser mais uma motivação de viagem.
Básica	Saneamento, energia elétrica, telefonia.	Idem. Podem, no entanto, inexistir; quando existe, tem uma menor concentração espacial que no chamado turismo de massa.
Meios de hospedagem	Hotéis, pousadas, <i>resorts</i> .	Idem. Os meios de hospedagem obedecem, porém, a um maior rigor arquitetônico; a harmonia de formas e materiais com o entorno natural é, em geral, condição norteadora dos projetos.
Restauração	Bares, restaurantes, lanchonetes.	Idem. Mas pode ser inexistente; quando existente, aparece, em geral, associada ao meio de hospedagem.

Fonte: Adaptado de Cruz (2000).

Os impactos do turismo, principalmente em áreas naturais, estão associados não apenas à colocação de infra-estruturas, mas também em relação à circulação de pessoas que a prática turística promove nos lugares.

É importante lembrar que desenvolvimento do turismo amparado em grandes contingentes de viajantes afeta não apenas de forma direta o ambiente físico dos destinos turísticos, mas também acaba influenciando outros fatores que qualificam a destinação, como a qualidade da experiência por parte do visitante e a imagem do local de um destino de turismo responsável. Como pode ser observado nos estudos de Gândara (2001), o surgimento de novos atrativos e infra-estruturas, bem como uma imagem positiva relacionada com a qualidade ambiental, faz com que exista cada vez mais turistas que desejam conhecer as

idades, ou seja, cada vez mais os turistas estão levando em consideração na eleição dos destinos aspectos relacionados com a qualidade do ambiente.

Estabelecidas as diferenças e as semelhanças acerca do impacto do turismo no ambiente natural e também no ambiente urbano, acrescenta-se, por fim, que o meio ambiente urbano destaca-se como uma estrutura onde o planejamento dos espaços deve ser pensado ou organizado para atender as necessidades de seus cidadãos, entretanto, sem deixar de inserir neste contexto o fator de sazonalidade correspondente à coexistência de uma população flutuante, os turistas.

2.4 As possibilidades de um turismo sustentável

Pretende-se, neste estudo, aprofundar o relacionamento entre áreas de estudo, como o planejamento do turismo elaborado para ambientes urbanos onde se encontra parcela de herança histórica e cultural. Por esse motivo é indispensável fazer distinção de conceitos e entender as relações entre o turismo e o desenvolvimento sustentável.

Inicialmente o conceito de desenvolvimento sustentável foi apresentado em 1987 na Assembléia Geral das Nações Unidas no relatório *Our Common Future* (Nosso Futuro Comum). O encontro foi presidido pela então primeira ministra da Noruega Gro Harlem Brundtland e por isso tal documento é conhecido como Relatório Brundtland, no qual foi expresso pela primeira vez o conceito de desenvolvimento sustentável, definido como aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem as suas próprias necessidades.

Naturalmente, as concepções de turismo sustentável surgiram a partir dos conceitos gerais de desenvolvimento sustentável. Sua utilização, inicialmente, considerava o desenvolvimento da atividade com a minimização dos riscos e, conseqüentemente, dos impactos negativos que a atividade poderia ocasionar no meio ambiente. Essa perspectiva foi considerada por Krippendorf (1988) quando expôs que o turismo deveria garantir seu próprio desenvolvimento com a harmonia de interesses entre a destinação (o meio ambiente e os habitantes), os turistas e as prestadoras de serviços para os visitantes.

O que ocorria e ainda ocorre em muitos lugares, é super valorização dos interesses das empresas prestadoras de serviços turísticos. Atualmente, de acordo com os princípios do turismo sustentável procura-se atender as necessidades e interesses de cada um dos parceiros envolvidos na atividade, em longo prazo. Além disso, busca-se superar o conceito do turismo como uma atividade meramente mercadológica, na qual ela é considerada apenas por sua contribuição para a arrecadação de impostos e na lucratividade provocada pelo aumento do número de turistas em determinada localidade.

O pensamento sobre a sustentabilidade em turismo começou a reconhecer, nas últimas décadas, a importância do desenvolvimento da atividade levando-se em consideração não só aspectos econômicos, já reconhecidos como características do turismo, mas também passou a discutir a preservação para as futuras gerações dos recursos ambientais e sócio-culturais.

Neste sentido, é fundamental salientar a contribuição de Ignacy Sachs para o entendimento de sustentabilidade. Sachs (1993, 2002) reelabora o conceito de desenvolvimento sustentável estruturando-o a um conceito que atende a um estilo aplicável não apenas a projetos rurais, mas também urbanos, o que por sua vez traz ao conceito, e conseqüentemente a sua utilização prática, a flexibilidade necessária para lidar com variáveis e fatores que influenciam no desenvolvimento do turismo.

Para autor (Ibid, 2002), a sustentabilidade deve atender a necessidade de algumas áreas, destacadas na seqüência. Primeiramente expõe a *sustentabilidade social*, fundamentada no estabelecimento de um processo de desenvolvimento que vise à distribuição mais equitativa de renda, favorecendo o equilíbrio social e a aproximação dos padrões de vida dos mais ricos e dos mais pobres, e ainda, garantir a população o acesso aos recursos e serviços sociais, garantir os direitos de cidadania e, principalmente, do emprego pleno e/ ou autônomo com qualidade de vida decente.

Neste sentido, é interessante observar a visão de sociedade defendida por Elias (1994) quando afirma a existência da individualização do ser-humano no processo das relações sociais. Devido ao crescimento da especialização nas sociedades, a trajetória do indivíduo a se tornar autoconfiante e autônomo para suas realizações pessoais e profissionais, se torna mais longa e complicada. Sendo assim, o autor acrescenta:

Tanto a possibilidade quanto a necessidade de maior individualização constituem um aspecto de uma transformação social que ultrapassa em muito o controle do indivíduo. [...] O que emerge são o isolamento e a encapsulação dos indivíduos em suas relações uns com os outros. [...] Essas relações levam cada vez mais a um controle geral dos afetos, à negação e transformação dos instintos, [...], as pessoas são instadas a esconder uma das outras, ou até de si mesmas, as funções corporais ou as manifestações e desejos instintivos antes livremente expressos (Ibid, p. 103).

Em uma sociedade na qual a busca individual pela auto-confiança e pela segurança passa, em primeira instância, pela libertação dos estigmas individuais, pela libertação das privações emocionais e dos inter-relacionamentos pessoais, o turismo assume importante destaque como instrumento de socialização, como acreditam Ripoll (1999), quando relata que o turismo pode atuar como um corretor das insuficiências no desenvolvimento dos valores de uma pessoa, e Montaner Montejano (1996), quando afirma que o turismo permite aos membros da sociedade o equilíbrio físico e psicológico.

Em segundo lugar, Sachs destaca a *sustentabilidade cultural*, na qual as comunidades locais estariam participando das decisões acerca do desenvolvimento pretendido, da elaboração de projetos particulares para atender as necessidades locais em contraposição aos modelos pré-estabelecidos, e ainda, estariam abertas e confiantes para os olhares do mundo através do processo de identificação e valorização identidade cultural.

Para Urry (1999) o olhar do turista acompanha as tendências e modificações na estrutura social na qual a cultura passou a ocupar uma posição mais destacada na organização das sociedades atuais, sociedades atualmente caracterizadas pelo autor como pós-modernas, ou seja, o olhar do turista “está cada vez mais ligado a todo tipo de outras práticas sociais e culturais” (Ibid., p. 117), necessitando assim de maior atenção quanto ao desenvolvimento equilibrado do turismo.

A *sustentabilidade ecológica* é destacada por Sachs (2003) como uma forma de garantir aos recursos naturais o aumento da sua capacidade de sobrevivência, reduzindo o consumo dos recursos não-renováveis através da redução do volume de poluição, respeito à capacidade de suporte dos ecossistemas e da biodiversidade ecológica.

Próximo a sustentabilidade ecológica, o autor apresenta abordagens acerca da *sustentabilidade espacial* e da *territorial*. Nelas destacam-se os estudos voltados à

configuração geográfica dos espaços rurais e urbanos. Onde a distribuição dos atrativos e da infra-estrutura turística deve ser equilibrada, evitando a concentração excessiva de pessoas em áreas urbanas ou sensíveis. Além de preocupações quanto à melhoria do ambiente urbano, superação dos disparates inter-regionais e estratégias de desenvolvimento ambientalmente seguras para áreas ecologicamente frágeis.

À luz das preocupações de Sachs, Almeida (1998, p. 30) destaca que em âmbito internacional, as políticas ambientais para a redução e controle da emissão de poluentes tem sido realizadas em caráter emergencial através da escolha de meios economicamente mais eficientes e rápidos, são os chamados instrumentos de regulação direta, como as taxas sobre efluentes (pagas sobre descargas no meio ambiente). De acordo com a autora esse processo ocorre como consequência histórica de uma estrutura, reconhecidamente falha, do mercado na tentativa de evitar a degradação ambiental.

Neste caminho, Sachs propõe a *sustentabilidade econômica* sob a qual incide-se a possibilidade de uma melhor alocação e gestão mais eficiente dos recursos financeiros através de investimentos do setor público e privado, que mantenha a abertura para a modernização tecnológica contínua dos instrumentos de produção com razoável nível de autonomia e garanta o equilíbrio do desenvolvimento econômico intersetorial, levando sempre em consideração a redução dos custos sociais e ambientais.

É oportuno lembrar que os atuais modelos de desenvolvimento econômicos não devem estar isolados na busca da proteção dos recursos naturais. Legitimando o entendimento, os estudos e a visão multidimensional de Sachs para a busca do desenvolvimento equilibrado do meio ambiente, Almeida et al (1999) afirma que:

O planejamento ambiental não deve ser desvinculado das políticas de desenvolvimento e da distribuição dos benefícios sociais por ele gerados, tampouco essas políticas podem continuar a ser orientadas pelos tradicionais modelos normativos e técnico-econômicos de planejamento (...) que não reconhecem as especificidades das inter-relações dos fatores naturais e culturais de uma dada realidade planejada. O alcance desse reconhecimento requer o fortalecimento de metodologias interdisciplinares de planejamento, capazes de articular as especificidades das relações entre os ambientes naturais e humanos em cada realidade (Ibid., p. 124).

Resta a *sustentabilidade política* o papel de negociar os interesses envolvidos em questões fundamentais para o desenvolvimento, desde o âmbito nacional e local, com a implementação de projetos nacionais em parceria com empreendedores do setor e sua atribuição às pequenas regiões, além de incentivos às boas iniciativas para a coesão social do desenvolvimento, até o âmbito internacional, com o controle efetivo das precauções para a manutenção do meio ambiente e dos recursos naturais, prevenção das mudanças globais negativas, proteção da vida biológica e gestão do patrimônio global, como herança comum da humanidade.

No entanto, quando se fala em desenvolvimento sustentável, alguns estudiosos não acreditam que o desenvolvimento da atividade turística pode estar aliado a sustentabilidade, é o caso de A. B. Rodrigues (1999). Para a autora, a própria essência do turismo como prática de consumo não permite que essa relação harmoniosa ocorra. Ainda acrescenta que o próprio termo “desenvolvimento sustentável” é ambíguo e contraditório, pois não acredita que seja possível a junção do desenvolvimento com a sustentabilidade. *Desenvolver*, para a autora, significa uma meta a se atingir que compreende a produção de mais e mais mercadorias baseada na utilização dos recursos naturais como solo ar e água e no uso intensivo dos ecossistemas, o que por sua vez impossibilita sua recomposição natural. Já a *sustentabilidade* possibilita a manutenção dessas condições ambientais.

Enfaticamente, considera que:

“A atividade turística permite e facilita o uso fugaz e intenso do território como parte integrante do ideal de modernidade que considera o desenvolvimento como uma meta a ser atingida, medida e mediada pela produção de mercadorias. É parte integrante do ideal da pós-modernidade a fragmentação do uso” (Ibid, p. 49).

Entre os autores com posicionamentos adversos, os que mantêm questionamento crítico acerca da sustentabilidade e os que defendem a coexistência sustentável do turismo e do meio ambiente, encontram-se autores que acrescentam novas abordagens para o tema. Além das áreas citadas por Sachs, observa-se que a aplicabilidade do conceito atinge, com efeito, áreas ligadas ao desenvolvimento humano e social.

Dentre esses autores é válido lembrar das contribuições de Krippendorf (2002) quando analisa as complexas relações que cercam a atividade do turismo sobre uma visão holística,

baseada nas tendências de relacionamentos humanos presentes nas redes do tecido social. Para o autor, as preocupações acerca do desenvolvimento devem estar centradas no *equilíbrio* dos diversos fatores que acompanham o desenvolvimento do turismo, o que por sua vez acaba por incidir no bem-estar humano. O autor apresenta dez princípios norteadores para o alcance do que chama de *turismo qualitativo*, os quais servem como referência para as comunidades locais estruturarem ativamente seus modelos de desenvolvimento. Para tanto, têm-se (Ibid, p. 22):

Princípio 1: O reconhecimento por parte das comunidades da necessidade da intervenção reguladora para o desenvolvimento do turismo como forma de re-estruturar o seu crescimento.

Princípio 2: Os elementos mais fracos da estrutura da comunidade devem ser reforçados e os que estão crescendo precisam ser preservados. É o que acontece com a natureza, que deve ser mantida contra os interesses econômicos, com a agricultura contra os excessos do turismo e os interesses dos moradores devem ser preservados contra os interesses de fora.

Princípio 3: Definição dos objetivos do desenvolvimento e tornando-os obrigações, sendo cuidadosamente estudados e discutidos por aqueles que serão afetados e assim escritos para que durem para a seguinte geração.

Princípio 4: As comunidades precisam manter o controle sobre o uso da terra e do solo e que esse planejamento seja elaborado de maneira que seja também de fácil controle.

Princípio 5: Necessidade de adesão cuidadosa aos objetivos do desenvolvimento estabelecidos, seja para uma nova infra-estrutura ou seja para a expansão de facilidades e instalações existentes.

Princípio 6: A proteção dos interesses de preservação precisa ser colocada acima dos interesses de exploração, protegendo-se a natureza de forma efetiva com política defensora do meio ambiente.

Princípio 7: Fortalecimento da agricultura, controlar as florestas e torná-las parceiras.

Princípio 8: Estabelecimento de políticas econômicas de trabalho e de mercado conscientes, expandindo as áreas da atividade econômica, melhorando a qualidade dos empregos.

Princípio 9: Preservação da cultura local com políticas auto-determinadas de desenvolvimento ligadas aos interesses da comunidade local, como forma de estimular a autonomia da população.

Princípio 10: Utilização das estratégias de marketing, propaganda e publicidade como forma de unir os interesses de todos os envolvidos – a população local, os empresários do turismo – os gestores políticos e os turistas, para servirem aos cuidados do desenvolvimento do turismo.

Independentemente das questões conceituais, torna-se fundamental que no processo de desenvolvimento do turismo sejam adotadas medidas para maximizar os benefícios e minimizar os riscos existentes ao desenvolvimento sustentável do turismo. O próximo item desse capítulo traz a abordagem teórica a respeito do planejamento do turismo e as tendências de desenvolvimento dessa atividade no ambiente urbano, foco desse trabalho.

2.5 Planejamento do turismo

Levando-se em consideração o potencial do turismo como instrumento de aproximação do homem com lugares, comunidades e destinos a ele desconhecidos, destacam-se aqui algumas reflexões acerca das políticas de planejamento do turismo em ambientes urbanos historicamente formados, de relevante valor identitário e representatividade cultural.

Com uma rápida observação sobre a incidência do planejamento nas atividades humanas, entende-se planejamento como um processo de tomada de decisões com o fim de alcançar um futuro desejado. Como relata Petrocchi (1998, p. 21) o planejamento caracteriza-se por um processo de transformação da situação atual em uma nova que se quer atingir, fazendo desta um objetivo que ampara todo o processo de organização e execução em um

tempo determinado. Sistemáticamente, é colher informações, a partir destas tomar decisões e por fim realizar as ações necessárias.

O processo de planejamento pode ser observado de modo simplista. De certa maneira, o homem passa por situações na quais ele necessita estabelecer um processo de tomada de decisões para que possa atingir seus objetivos. Ele tenta organizar seus afazeres e compromissos em sintonia com os novos desafios que surgem, obedecendo à dinâmica natural do cotidiano.

Entretanto, na atividade turística, há vários fatores que tornam o processo de planejamento complexo e, por vezes, incerto. No cenário de competitividade no qual se encontram os destinos turísticos, as complexas teias de relações sociais, econômicas e culturais que permeiam a organização da atividade turística obrigam o indivíduo a tomar decisões qualificadas e precisas tendo que considerar inúmeras informações em um cenário em constante mudança. De Masi (2000) chama a atenção para dois aspectos que caracterizam o pensamento humano em uma sociedade em constantes transformações:

A experiência do nomadismo difuso obriga a nossa mente a uma dupla elasticidade: a elasticidade mental, necessária para perceber e lidar com a diferença entre pessoas, lugares e momentos diversos, para ver a realidade de ângulos diversos e para resolver problemas diversos. E a flexibilidade prática, necessária para gerir situações que se transformam, para encontrar o fio que serve de guia à ação, mesmo num contexto desorganizado, para transformar os vínculos em oportunidades (Ibid, p. 157, grifo nosso).

É, nesse contexto, que se encontra em constante aprimoramento o conhecimento científico em planejamento do turismo. Muito do que foi escrito até hoje é relativo à descrição e/ou análise da demanda e da oferta turística ou projeções de tendências atuais (TYLER, 2001). Estender o campo de análise e pesquisa na superfície do contexto do turismo em espaços urbanos, cruzando as diversas informações disponíveis representa um desafio contemporâneo que não foge ao próprio cotidiano da teoria e prática do turismo.

Para que o nível de confiabilidade das pesquisas em planejamento e turismo obtenha a credibilidade necessária para garantir o sustento e consolidação do campo de conhecimento na área é de fundamental importância que o primeiro item do processo de planejamento seja

atendido de forma sólida e segura: as informações iniciais, as fontes de dados, que são o princípio básico a qualquer trabalho de ordem prática ou teórica.

Processo esse que exige do planejador flexibilidade, perseverança e visão empreendedora para que os objetivos sejam alcançados de maneira que atenda aos diversos interesses sociais e o equilíbrio sustentável, pois como lembra Cooper *et al.* o planejamento “não é um conceito estático, ele tenta produzir a melhor estratégia para um mundo de influências internas e externas que estão em constante mudança” (2001, p. 242). Neste sentido, questões como o planejamento sustentável do turismo e a dinâmica que este conceito sofre pelas diversas condicionantes sociais acabam influenciando ainda discussões do tipo “primeiro o turismo” ou “primeiro o desenvolvimento local” (BURNS, 2004, pg. 26). As preocupações são coerentes e precisam ser dissecadas, pois as mudanças influem no processo de desenvolvimento da atividade e incidem diretamente sobre o processo de inserção ou adaptação da atividade em uma localidade.

Em suma, como pode ser observado através dos estudos já citados, para se produzir com sucesso um plano de desenvolvimento turístico é necessário o conhecimento prévio da localidade e seu sistema de relacionamentos, ter a clara compreensão dos objetivos a serem atingidos para que não se percam de vista durante o processo e proporcionar a manutenção da alimentação de novas informações.

Ter esse processo claro e definido é um pressuposto importante para o planejamento de atividades de lazer e de atrativos turísticos nos centros urbanos. A recepção de um contingente maior de pessoas pode mudar o sistema de relações cotidianas de uma localidade, principalmente se este for concentrado em um único destino ou área de influência ou mesmo em alguns períodos do ano como na chamada alta temporada.

Teoricamente, o implemento da atividade do turismo exige uma complexa estrutura de apoio e sustentação que possa garantir, de forma sustentável, o seu desenvolvimento. Na prática, isso nem sempre acontece. De acordo com Pires (2003) o grande desafio está em equilibrar a coexistência de interesses: de um lado à vida social urbana e de outro, as atividades turísticas neste meio. Uma contínua, cotidiana e a outra relativa, de consumo temporal.

As cidades, em sua maioria, não foram historicamente construídas pensando-se em possibilidades turísticas ou mesmo na recepção de grande número de pessoas em um determinado espaço, simplesmente evoluíram de acordo com as necessidades do seu tempo. De acordo com Canclini (1999), o comércio de mercadorias e o consumo também servem para ordenar politicamente cada sociedade, “o consumo é um ato em que os desejos se transformam em demanda e em atos socialmente regulados” (p. 83), representam “interações socioculturais mais complexas” (p. 90) e por esse motivo, os espaços urbanos estão sujeitos à própria dinâmica do atendimento das necessidades individuais e coletivas, do consumo e das relações sociais que, de certa forma, agora as influenciam enquanto espaço em adaptação da moderna estrutura de consumo pelo turismo.

Como uma estrutura de planejamento urbano, é quase que impossível dissociar a cidade do contexto do turismo, não há a cidade “para o turismo” e a cidade “para a população residente”, são uma só e coexistem na cadeia evolutiva. A indissociabilidade física e pragmática do planejamento para a comunidade local e daquela voltada à recepção de visitantes representa ainda um desafio à criatividade dos planejadores. O que ocorre, por vezes é a difusão de interesses quanto ao foco de planejamento, principalmente em cidades históricas e com profundas heranças culturais.

A princípio, o modelo de cidade histórica turística foi proposto por Ashworth e de Haan em 1985 (TUNBRIDGE, 2001). Tunbridge, aliado de Ashworth nos estudos e aplicações de pesquisa na mesma temática, alerta que as cidades históricas, em especial, são compostas de dois elementos que se sobrepõem em vez de coincidirem, o que, por sua vez, causa um choque de interesses em um mesmo plano urbano e administrativo: “uma vez que em um ponto determinado do tempo as percepções e oportunidades turísticas tendem a ser insuficientes para o reconhecimento histórico local, enquanto as necessidades e os interesses por serviços turísticos estendem a cidade turística para distritos centrais, de negócios ou para outros lugares fora da cidade histórica reconhecida” (Ibid, p. 132).

Em relação à dimensão sócio-cultural, pode-se dizer que todo lugar é histórico e se produz a partir de preceitos culturais, ou seja, é a somatória temporal de diferentes momentos da evolução social (PORTUGUEZ e TEUBNER JR 2001, p. 57). Estabelecer metas de trabalho e organização para o desenvolvimento do turismo em lugares como esses constitui-se

em lidar com a coexistência do passado e do novo, o que revela seu aspecto dinâmico enquanto estrutura representativa da evolução social.

Principalmente nas últimas décadas, as atividades turísticas têm despertado a atenção não só das pessoas que se utilizam destas práticas para o lazer, o descanso, o conhecimento ou outro fim, mas também das empresas e economias globalizadas que vêem na atividade uma oportunidade de expansão de negócios, tanto é que atualmente o turismo já representa o setor mais importante da economia mundial no total de bens e serviços de exportação (BENI, 2003).

Tal notoriedade impulsiona o aquecimento no incremento de práticas e políticas de planejamento do turismo em localidades e regiões espalhadas pelo mundo todo. Destinos turísticos buscam extrair de si aspectos inovadores dentro de segmentos já conhecidos como o ecoturismo, turismo religioso, de saúde, de eventos, histórico-cultural, entre outros. Entretanto, cada um com aspectos próprios e singularidades que cooperam para dar ao turismo a característica de um leque de opções diferenciadas de consumo.

Utilizar-se do turismo como uma prática para o desenvolvimento local é valer-se, de forma direta ou indireta, de um dos benefícios que a atividade congrega para atingir seu próprio sucesso. Fala-se aqui, dentre outros benefícios, da manutenção, da revitalização ou mesmo do resgate de patrimônios culturais inteiros, sejam eles tangíveis ou não. Sabe-se que “todo o empenho da memória coletiva é lutar contra o esquecimento, vivificando as lembranças no momento de sua memorização” (ORTIZ, 2003, p. 137). O esquecimento das tradições e práticas culturais é um pressuposto para a fragilização da sociedade, contribuindo para a sua sedimentação.

O mundo se transformou numa rede de relações sociais. Além do fluxo de mercadorias, pessoas e serviços, identifica-se e o *fluxo de significados* (HANNERZ, 1999), na qual a cultura individual transita em meio ao consumo e a formação de identidades em um meio cosmopolita. De acordo com Friedman (1999, p. 332) o consumo dentro dos limites do sistema mundial “é sempre um consumo de identidade, canalizado por uma negociação entre a autodefinição e uma série de possibilidades oferecidas pelo mercado capitalista”. Portanto, é neste sentido que o turismo atende a uma tendência socializadora e cosmopolita, pois ele, num

sentido mais amplo, “inclui uma posição em relação à própria diversidade, em relação à coexistência de culturas na experiência individual” (Ibid, p. 253).

Os autores ajudam a ilustrar um aspecto importante das relações de planejamento e demonstram quão complexas elas podem ser. Portanto, é válido compreender que o turismo e suas políticas de planejamento devem ser integrados a processos de planejamentos mais amplos a fim de promover o alcance das metas de melhorias e desenvolvimento sustentável e, principalmente, que atenda às diversas necessidades e anseios sociais, utilizando-se para isso de recursos em pesquisa e avaliação, constituindo-se em sólido fundamento para contribuir ao bem-estar humano.

Planejar o turismo de forma integral, para Molina e Rodriguez (2001, p. 89) é considerar uma série de variáveis, como as culturais, sociais, psicológicas, político-legais, ecológicas e econômicas, todas elas, para os autores, condicionam o modo e o nível de vida do ser humano.

As modificações dos meios e modos de vida ocasionadas pela Revolução Industrial, ou seja, do desenvolvimento do comércio, das transações econômicas e dos fluxos comerciais, proporcionaram mudanças significativas nas bases da sociedade mercantilista. O crescimento estabilizado da população mundial, que, em princípio, tinha suas bases fundamentadas na produção agrícola de subsistência, em propriedades rurais, onde se localizava o celeiro do trabalho cotidiano familiar, foi transformado, com o passar dos anos, no crescimento populacional das grandes metrópoles atuais.

As cidades, atualmente, são reflexo de todo um sistema histórico-cultural que representa a própria história do homem e as mudanças econômicas na trajetória evolutiva das sociedades. É, neste lugar, que o homem deixou suas marcas no tecido das relações sociais, inventando e criando meios de sobrevivência e trabalho, o que, por sua vez, o classifica também como um espaço cultural (BARRETO, 2000, p. 22).

Tal é a importância desse espaço de cultura que é capaz de despertar interesses à visitação. O impulso para o deslocamento voluntário é amparado, entre outros motivos, por novas experiências pessoais a serem vividas, além do conhecimento de tradições e costumes de época.

O planejamento de destinações turísticas não foge a uma abordagem racional para a utilização e manejo dos recursos disponíveis. O planejamento físico ou espacial refere-se ao “planejamento como um componente espacial ou geográfico no qual o objetivo geral é preparar uma estrutura espacial de atividades que, de alguma forma, é melhor do que o padrão existente sem planejamento” (P. HALL apud HALL, 2001, p. 48).

De acordo com Boullón, o espaço turístico seria aquele que “é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos” (2001, p. 79), somando-se a esses os empreendimentos e a infra-estrutura turística. De acordo com esse autor, tais delimitações podem assumir caráter distintos na formação ou manutenção das identidades regionais ou locais, sendo indicadores similares que levam a qualificar o espaço e seus limites dentro dos aspectos físicos do planejamento, e estes podem ser geográficos, históricos, naturais e arquitetônicos, entre outros.

Tanto os atrativos turísticos como os equipamentos, os empreendimentos e a infra-estrutura têm presença física e uma localização precisa no território. Sua ordenação e disposição na área de influência da atividade turística pode ser decisiva para o bom andamento do fluxo de pessoas, tanto dos visitantes quanto da população residente (Ibid. pg. 82).

No que se refere às políticas públicas, o turismo constitui-se em um forte veículo para o desenvolvimento social e econômico, funcionando como uma oportunidade de investimentos que poucos governos podem se dar ao privilégio de ignorar. O alcance de influência das políticas de intervenção do estado é um instrumento indispensável para o desenvolvimento turístico. A natureza complexa do produto turístico exige a intervenção governamental para assistir às práticas do setor privado e regulamentá-las, já que o setor do turismo não controla todos os fatores que formam a atratividade de uma destinação bem, como o impacto dos efeitos multiplicadores, negativos e positivos, gerados por ele.

As políticas públicas são influenciadas por características culturais, sociais e principalmente econômicas, bem como pelo ambiente político, por valores e ideologias e pelas estruturas de relacionamentos institucionais. Não raramente, as políticas de desenvolvimento do turismo são esquecidas ou ficam longe das prioridades de investimentos

setoriais. Para tanto, as amarras com o setor privado fazem com que, de alguma forma, exista um equilíbrio para garantir os interesses da coletividade.

A importância das intervenções governamentais reside justamente em garantir benefícios à comunidade, em sua totalidade, na regulamentação legislativa e nos incentivos ao desenvolvimento social. Em turismo, o governo tem à sua disposição uma série de instrumentos que podem auxiliar a organização e o desenvolvimento do turismo.

É importante destacar as observações de Valls (1996) quanto ao processo de planejamento estratégico do turismo. Sobre isso, primeiramente, o autor destaca a existência de certa confusão quanto ao plano de desenvolvimento utilizado por empresas e o plano geral correspondente ao destino turístico. Relata que “se requer que o planejamento estratégico de uma empresa tenha como referencia as linhas gerais do plano estratégico do turismo, no qual os interesses públicos e os privados tenham alcançado um consenso, a fim de que o desenvolvimento previsto seja sustentável” (Ibid., p. 115, tradução nossa), ou seja, o correto planejamento estratégico de uma destinação leva em conta os interesses gerais do local em busca do desenvolvimento integrado e não apenas de interesses isolados.

Por fim, é interessante deixar expresso a importância que o planejamento integral assume para o desenvolvimento sustentável do turismo e sua real finalidade enquanto instrumento de melhoria de condições sócio-econômicas. A síntese dessa abordagem pode ser observada na citação de Molina e Rodriguez (2001, p. 81), na qual expõe que “o planejamento constitui uma forma de aproximação, de uma realidade existente a uma realidade desejada e, por isso, é um instrumento para a satisfação das necessidades humanas e sociais”.

2.6 As dimensões do turismo em ambientes urbanos

2.6.1 O turismo no contexto da urbanização brasileira

Como foi mencionado anteriormente, o turismo conhecido atualmente foi impulsionado pelas mudanças sociais e econômicas provocadas pela Revolução Industrial. Após sua consolidação como uma importante ferramenta para a melhoria da qualidade de vida do ser humano, não apenas por contribuir com impostos governamentais, taxas, empregos ou fluxos monetários internacionais, mas também por destacar-se como uma opção pessoal para a reconstituição física e psicológica, o turismo firma-se como uma atividade altamente rentável e uma das que obtiveram maior crescimento nas últimas décadas.

A demanda por turismo e a própria atividade fazem uso das significativas melhorias tecnológicas oferecidas pelo processo globalização. A demanda, cada vez mais informada e exigente, procura destinos, espaços, sensações e produtos diferenciados na geografia do turismo e a oferta, procura adequar-se às regras de mercado e fugir dos padrões tradicionais de consumo.

O distanciamento espacial dos locais comuns ao cotidiano, fator aliado à busca pelo lazer, descanso e distanciamento das tensões provocadas pelo trabalho, por vezes é impossibilitado por situações inevitáveis relativas ao cumprimento das obrigações sociais e mesmo trabalhistas, como reservar e dedicar o tempo livre à família, curta jornada de férias e horários desconexos ou trânsito caótico e desgastante. Dessa forma, o ser humano passou a buscar as formas de lazer e descanso também em locais próximos aos habituais, como a própria cidade, valorizando-a enquanto espaço recreativo.

No Brasil, pode-se identificar que a evolução da rede urbana divide-se em dois períodos distintos, o primeiro de 1930 a 1980 e o segundo pós-1980 (PRADO FILHO, 2002). Basicamente, as principais características desses dois períodos estão relacionadas às rápidas mudanças no tecido urbano, tanto no que se refere ao aumento populacional quanto no desenvolvimento agro-industrial.

Dentre os anos do primeiro período, principalmente entre 1940 e 1970, foi registrada grande evolução no processo de urbanização devido principalmente a fatores como à industrialização, as mudanças na estrutura ocupacional da população rural, a agroindustrialização, a descentralização fiscal e de serviços públicos para os municípios e o emprego público. De acordo com Motta et al. (1997), a década de 1970 marcou o processo de urbanização com o grande crescimento populacional e sua concentração nos grandes centros urbanos, gerados a partir da concentração espacial das atividades econômicas como a forte industrialização. A Tabela 1 demonstra a distribuição e o crescimento da população brasileira a partir da década de 1940.

Tabela 1 – Distribuição da população brasileira entre 1940 e 2000.

Anos	Rural	Urbana	Total
1940	28.356.133	12.880.182	41.236.315
1950	33.161.506	18.782.891	51.944.397
1960	38.767.423	21.303.034	60.070.457
1970	41.540.297	52.084.984	93.625.281
1980	38.567.297	80.436.409	119.003.706
1990	35.834.485	110.990.990	146.825.475
2000	31.847.004	137.697.439	169.544.443

Fonte: IBGE, 2000.

O incremento das atividades industriais fez crescer o mercado de trabalho urbano e levou para as cidades médias, boa parte da força de trabalho ociosa nas áreas rurais e semi-rurais. Pode-se observar na Tabela 2 a inversão no quadro populacional entre as áreas urbana e rural. As cidades incharam com o afluxo populacional - caso de São Paulo, que de 1,5 milhão de habitantes em 1940 passa a 10 milhões em 1990, além de outros 9 milhões que gravitam à sua volta nos 39 municípios da área metropolitana. Apesar do agravamento dos problemas das cidades, a urbanização trouxe benefícios econômicos e sociais, como a melhora dos serviços de infra-estrutura e a ampliação dos serviços de saúde e educação para maiores parcelas da sociedade. Dessa forma, acabou contribuindo, por exemplo, para a queda da mortalidade - inclusive infantil -, para o aumento da expectativa de vida, hoje em torno de 67 anos. (Ibid., 1997), e para a elevação do crescimento natural da população.

Tabela 2 – População brasileira rural e urbana desde 1950.

Períodos	Rural (%)	Urbana (%)
1950 - 1960	63,84	36,16
1960 - 1970	54,92	45,08
1970 - 1980	44,02	55,98
1980 - 1990	32,3	67,7
1990 - 2000	24,41	75,59
2000 -	18,75	81,25

Fonte: IBGE, 2000.

Após 1980 há uma pequena redução no ritmo de crescimento urbano das grandes cidades, o que passa a acontecer então nas cidades com até dez mil habitantes. Um dos fatores identificados para esse quadro relaciona-se com a evolução da economia no período, o que levou a desconcentração geográfica da produção e a crise dos anos 80, marcada pelo fortalecimento das indústrias do interior e pela redução do movimento migratório para os grandes centros.

As duas últimas décadas, porém, demonstram que o crescimento da população brasileira vem apresentando sinais de desaceleração. De acordo com Motta et al. (Ibid, p. 27), do ponto de vista demográfico, a desaceleração do crescimento e a recomposição etária da população brasileira decorrem da menor fecundidade das mulheres, que geram menor quantidade de filhos, e do declínio continuado da taxa de mortalidade.

De um ponto de vista mais amplo, essas tendências demográficas resultam de transformações econômicas, sociais e culturais profundas: mudança na estrutura familiar (famílias com menor número de filhos, mas com maiores encargos familiares), inserção cada vez maior da mulher no mercado de trabalho, mais tempo dedicado à preparação profissional, maiores exigências pessoais de atividades culturais e de lazer, entre outras. Essas mudanças apontam para a consolidação de padrões de comportamento típicos das sociedades e culturas urbanas, o que indica que as atuais tendências demográficas brasileiras devem continuar a prevalecer nos próximos anos.

As mudanças ocorridas nas últimas décadas no plano urbano brasileiro ajudam a demonstrar que o processo de urbanização implica em efeitos diversos não somente para a população residente, mas também para os forasteiros. No caso do turismo a coexistência harmoniosa da atividade, com a vida cotidiana no meio urbano e com fatores relacionados ao crescimento populacional, unido à utilização da infra-estrutura local representam um grande desafio.

No passado, as soluções de planejamento adotadas por aqueles que estavam diretamente ligados ao desenvolvimento urbano não atingiam todas as esferas de problemas subjacentes a um centro determinado. Essa perspectiva, como lembra Barcellos e Barcellos, “permitia a diferentes grupos perseguir seus próprios objetivos de modo independente, seguindo seus modelos mentais, confiantes de que o bem-estar de todos iria melhorar” (2004, p. 135), ou seja, a visão de planejamento sistêmico, onde se pudessem abranger os problemas urbanos em uma visão única, com perspectivas organizadas para um futuro desejado e em longo prazo, praticamente não existia.

Os estudos atuais sobre o planejamento dos espaços urbanos conduzem a uma outra perspectiva. As variações quanto aos métodos de planejamento dos espaços urbanos para atender as exigências da demanda e a oferta na atividade do turismo podem ser verificadas quando se analisam diversas localidades e regiões pelo mundo. Cada uma delas, representa um desafio que faz com que sejam consideradas em primeira instância as características e singularidades de cada espaço urbano.

Um exemplo pode ser observado no caso de Cingapura, que após sua independência, tem experimentado um crescimento econômico espetacular e agora ajusta-se as novas tendências provocadas pelo turismo de massa, obrigando o governo a modificar suas formas de intervenção (KHAN, 2001). De acordo com Wong (apud KHAN, 2001) Cingapura passou por quatro fases de apoio governamental: em 1955 não existia qualquer apoio ao turismo; de 1956 a 1962 houve um grande conflito de interesses entre os atores sociais; de 1963 a 1983 intensificaram-se as medidas de apoio e desse período em diante o país segue com apoio e estratégias mais ajustadas e planejadas.

De maneira preocupante, a natureza das reações do governo em Cingapura até 1983 retoma uma discussão acerca das políticas governamentais em todo mundo, onde a realização

de intervenções por parte do governo dependem consideravelmente dos sinais emitidos pelo mercado. Como relata Khan (2001) o que ocorria era uma espécie de pragmatismo administrativo, ou seja, “o governo intervirá se e quando necessário para corrigir falhas do mercado” (Ibid, p. 121).

Enquanto Cingapura ajusta suas políticas de intervenção às exigências do mercado de turismo, outros exemplos demonstram que o turismo urbano não se refere apenas ao impacto causado por um grande número de visitantes em uma zona urbana, mas pode levantar questões relativas a identidade histórica e contemporânea de uma cidade. É o caso da cidade de Ottawa, capital do Canadá, na qual o controle das pressões exercidas pelo fluxo intenso de turistas não é mais o foco principal. O desafio é adequar a parte histórica e cultural do local à identidade esperada pelos visitantes em uma região notoriamente cosmopolita. Enquanto Tunbridge (2001) analisa a situação cultural de Ottawa, não deixa de salientar que:

A cidade histórica expande-se através do tempo e conforme recursos mais novos e diversificados vão sendo identificados e apontados (sejam eles estruturas, lugares ou associações com indivíduos, fatos ou eventos históricos ou até mesmo fictícios); da mesma maneira, a cidade turística expande-se conforme o número, o conhecimento e os interesses dos turistas (Ibid. p, 132).

Com efeito, é num contexto de re-organização constante das políticas de intervenção, do espaço, da infra-estrutura e da vida urbana que o turismo, atualmente, insere-se. Para Forrester (1975) as cidades devem escolher o tipo de aglomerado que querem ser e selecionar as políticas correspondentes para sua caracterização, pois as mesmas políticas que criam um tipo de cidade poderiam destruir outra. Ainda acrescenta, “somente quando as escolhas tiverem sido feitas, e o esforço não for mais dissipado pelo crescimento, é que haverá oportunidade para enfrentar a decadência social e econômica dos aglomerados urbanos” (Ibid., p. 52, tradução nossa).

Assim sendo, as cidades são resultados dos processos sociais de interação no espaço geográfico. Como observa Castrogiovanni (1999, p. 24) “o espaço deve ser visto como um fator de evolução social, portanto produzido e reproduzido constantemente”. Elas acompanham a dinâmica das mudanças no espaço, são as marcas atuais dos movimentos sociais através da história.

A cidade pode ser observada para além dos moldes simplistas em torno do aço e do concreto, ela pode ser entendida como uma representação viva das relações sociais. O autor ainda acrescenta que “o espaço urbano não é constituído por uma pessoa, mas por muitas e estas apresentam diferenças de temperamento, formação, ocupação profissional, origem étnica e diversidade social” (p. 32), ou seja, constitui-se em um espaço que é dinamicamente transformado pela evolução da própria sociedade.

Além disso, o ambiente urbano é um espaço de trocas e experiências culturais, econômicas e sociais que atraem não apenas a atenção dos próprios moradores, mas que podem ser também espaços de interesse turístico. As atenções do homem moderno, de acordo com Cohen (1972), estão voltadas justamente ao conhecimento do novo, de diferentes coisas, imagens, costumes e culturas, ou seja, o espaço urbano está sujeito ao descobrimento por parte do visitante, tornando-se o produto de inúmeras e variadas interpretações.

As cidades geralmente dispõem de recursos que podem ser convertidos em atrativos turísticos, como relata Gândara (2004), elas podem oferecer, de acordo com sua estrutura e atrativos, produtos turísticos diferenciados, sejam eles para o turismo cultural, valendo-se do patrimônio histórico e artístico e das manifestações culturais, ou seja, para o turismo de eventos, valendo-se dos ambientes próprios para realizações de congressos, feiras e encontros.

Observando novamente a abordagem de Cohen, citado logo acima, no entendimento de que o ser humano está em um constante processo de busca de novos conhecimentos, de culturas e costumes incomuns ao próprio cotidiano, e que, a partir disso, passa a interpretar, descobrir e valorar os espaços urbanos, é interessante a colocação de Gândara (2004), quando afirma que a eleição dos destinos por parte dos turistas não é feita por acaso e sim, através da qualidade das experiências que este destino pode oferecer. Assim, o sucesso dos espaços urbanos, enquanto destinos turísticos, depende das experiências oferecidas com intuito de satisfazer os desejos e as necessidades dos turistas.

Como relata Gândara (Ibid), a cidade deve ser capaz de aliar o conjunto de elementos relativos ao cotidiano do morador residente com aqueles elementos provenientes da experiência turística, ou seja, o trabalho, os modos de relacionamento, o tempo de ócio, o turismo e suas atividades devem ser produtos de uma sociedade em constante movimento, obedecendo à dinâmica das interações sociais.

A qualidade de um destino turístico urbano depende de uma série de fatores que não podem ser observados e sentidos de maneira isolada. As experiências vividas em viagem pelos turistas dependem das sensações provocadas por todos os elementos que compõem a destinação, ou seja, dos equipamentos e serviços, das atrações e da infra-estrutura disponível, além da relação qualidade-preço percebida. Além disso, como observa Gândara (2003) a qualidade de um destino turístico depende não somente dos fatores endógenos relativos aos destinos, como a gama de atrativos e equipamentos oferecidos, mas também de fatores exógenos, os quais correspondem, por exemplo, a competição que se encontra o mercado turístico na atualidade, pois o turista faz sua avaliação qualitativa sobre o conjunto global de elementos e não de maneira isolada.

2.6.2 A dinâmica existente entre o turismo e o ambiente histórico

O desenvolvimento do turismo em ambientes históricos leva a uma série de reflexões, principalmente quando se espera que a atividade proporcione, através da utilização dos recursos culturais, o aquecimento da economia e a geração de empregos. Aliados a esse fator acrescentam-se a organização e o gerenciamento do espaço urbano e a dinâmica da vida cotidiana, onde a co-existência do novo e do velho perfaz um grande desafio ao planejamento da atividade turística.

É neste sentido que o pensamento atual sobre o desenvolvimento do turismo em ambientes urbanos e históricos desenvolve-se. Em suma, é a busca pelo equilíbrio dos interesses diversos e a participação dos envolvidos na atividade, haja visto o crescente reconhecimento por parte da comunidade, de empresários e de administradores municipais do potencial dos espaços históricos e dos elementos culturais como fonte de atratividade turística.

A partir desse reconhecimento, o desafio principal é encontrar medidas coerentes de gestão para o crescimento da atividade turística de maneira sustentável. Como acrescenta Pires, “além dos problemas oriundos de qualquer cidade normal, ainda conta, por um lado, com restrições no que se refere a intervenções físicas nos núcleos históricos, por outro, com dificuldades de fiscalização do gabarito histórico e em conciliar os interesses dos moradores

com os dos visitantes” (2003, p. 69). Como se pode perceber, trata-se de um ambiente certamente diferenciado.

Um exemplo desse ambiente pode ser observado em Barbosa (2001, p. 87), quando apresenta o caso da restauração do Pelourinho, em Salvador, na Bahia. O autor utiliza-se para isso da abordagem crítica da produção dos chamados não-lugares e a criação de cenários turísticos, afirma que o lugar foi transformado em um lugar cenográfico, um “palco para os turistas desfrutarem como um cartão-postal em que apresenta um símbolo da idéia da Bahia” (p. 92). Entretanto, não pode ser negligenciado que essa intervenção possibilitou o alcance de diversos benefícios sociais, haja visto que até então o local era reduto de marginais, prostitutas e usuários de entorpecentes. Neste sentido, a reforma do Pelourinho – um importante representante do patrimônio histórico e cultural bahiano e brasileiro, para fins turísticos, contribuiu para modificar condições negativas existentes, tanto para o desenvolvimento do turismo, quanto para a própria população local.

Pode-se observar também o caso da cidade de São Vicente, no litoral do estado de São Paulo (TULIK e ROQUE, 2003). Na cidade, existem poucos remanescentes do patrimônio edificado que remontam aos primeiros períodos da ocupação. Os antigos edifícios, atuais ruínas, foram atacados por piratas, incêndios e por calamidades naturais, e o que restou, sofreu com o passar dos anos, com as pressões das novas edificações. Encontram-se hoje, em registros e documentos, apenas os relatos e referências a esses acontecimentos e sítios históricos. Entretanto, durante muito tempo apenas alguns historiadores e moradores reconheciam a importância dessa herança histórica, ficando em desconhecimento e ignorância para a maioria da população.

A situação só é transformada a partir de 1990, quando o poder público reconheceu a herança histórica como um diferencial para incrementar os fatores de atratividade, dessa forma surgiu a Encenação da Chegada de Martim Afonso, em São Vicente. Um espetáculo que envolve atualmente a participação de mais de 500 figurantes atuando em 10 dias, sendo eles, em sua maioria, residentes locais e alguns atores de renome.

O exemplo do evento da cidade de São Vicente ilustra como a herança cultural pode proporcionar meios de geração de empregos diretos e indiretos e dar a uma localidade, nova dinâmica social e econômica. Como relata Tulik e Roque (Ibid, p.87) “o patrimônio cultural,

visto como um recurso a serviço do turismo, vem subsidiando processos de desenvolvimento, revitalizando cidades e o patrimônio local, contribuindo para gerar emprego e renda e, principalmente, para resgatar componentes da identidade cultural e aumentar a auto-estima dos residentes envolvidos”.

Sobretudo, a importância real dos ambientes históricos não está em outros sinais senão no seu plano material e também simbólico, na observação e na percepção do valor da cultura presente nesse ambiente. Na visão de Choay (2001, p. 211), os representantes materiais da cultura de um povo como os monumentos e o patrimônio histórico adquirem função dupla, propiciam saber e prazer, postos à disposição de todos, mas também constituem-se em produtos culturais, distribuídos para serem consumidos. Faz-se oportuno, portanto, algumas considerações sobre a problemática que envolve o turismo e sua relação com a cultura, sua utilização e suas funções na vida social.

Não é difícil perceber que a cultura desenvolve-se em meio à sociedade e nela deixa marcado, para as futuras gerações, inúmeros traços e representações de experiências, fatos, vivências, acontecimentos e tradições. As marcas podem ser encontradas na própria paisagem, nos costumes diferenciados, nos modos de pensar, nos modos de fazer e construir, na arquitetura e nas cores, ou seja, os signos que formam uma cultura estão presentes e são refletidos principalmente na ocupação e utilização do espaço onde a vida acontece, como uma dimensão física e material das principais características de um povo ou da própria história.

A cultura assume, portanto, algumas características importantes. Como relata Warnier “não existe nenhuma cultura-tradição que não esteja ligada a uma determinada sociedade, histórica e geograficamente situada. Uma cultura não pode viver nem transmitir-se independentemente da sociedade que a alimenta” (2000, p. 10). Assim sendo, pode-se entender que a cultura é localizada e situa-se num espaço geográfico determinado ou, de forma semelhante, origina-se como resultado de fatores ambientais e locais, os quais favorecem sua existência.

É neste sentido que a atividade do turismo assume vital significado: o de utilizar-se das inúmeras representações históricas e traços culturais espalhados por todo o mundo, geograficamente situados, como forma de proporcionar ao homem práticas de interação, de lazer e de conhecimentos interculturais. Além disso, como relata Jansen-Verbeke e Lievois

(2002) “o mercado turístico precisa dos recursos culturais e históricos a fim de desenvolver produtos novos” (p. 114). Esses produtos e facilidades acrescentam valor à experiência turística, portanto os interesses de ambos os setores, a cultura e suas representações e o turismo, são altamente compatíveis.

Como relatado logo acima nas palavras de Warnier, a cultura situa-se em lugar específico, entretanto, do lugar, apenas é favorecido sem ao menos ter, com ele, relação de dependência. Observa-se em Hannerz a afirmação de que “como fenômenos coletivos, as culturas estão, por definição, vinculadas principalmente a interações e a relações sociais e só indiretamente e sem necessidade lógica, vinculadas a áreas particulares no espaço específico” (1999, p. 253). O que significa dizer que a cultura é suscetível a revestir-se de uma dimensão mais social do que espacial, é o caso das comunidades que carregaram consigo suas crenças e costumes, dispersas por várias partes do mundo, acontecimentos historicamente conhecidos como diásporas.

O movimento das diásporas foi pioneiro em distribuir ao redor do mundo traços culturais bem específicos, em levar a lugares distantes a identidade assumida de um povo, de uma nação. Atualmente, o princípio do território não mais estabelece limites para a expansão dos costumes e tradições ao redor do mundo, é o que pode ser observado em Ortiz quando expõe a *mundialização* da cultura ou a cultura *desterritorializada*, o que corresponde dizer que se trata de “uma civilização cuja territorialidade se globalizou” (2003, p. 31).

Para esse autor o processo de mundialização é um fenômeno social e, dessa forma, estaria sempre presente no conjunto das manifestações culturais. Fenômeno esse que não implicaria em aniquilamento das outras manifestações culturais, elas existiriam em co-habitação e em alimentação mútua de valores e tradições, tornando o mundo ainda reconhecível na sua abstração e miscigenação cultural.

Não se pode falar em cultura sem associá-la aos conceitos acerca da identidade individual e coletiva enquanto instrumentos de reconhecimento social, e neste sentido o turismo assume fundamental significado. O que legitima a existência do turismo baseado no conhecimento e contato inter-cultural é justamente o que caracteriza a existência da cultura, é a busca do homem pela *identidade*, é a constante re-avaliação da existência do ser humano nas próprias práticas culturais.

A medida em que as sociedades modernas se tornavam mais complexas, após o advento das revoluções tecnológicas e a ascensão do capitalismo, elas adquiriam uma forma mais coletiva e social. Surge então, de acordo com a visão de Hall (2000), um sujeito mais localizado e definido no interior das estruturas sustentadoras da sociedade moderna, entretanto, a sua identidade permanece sempre incompleta, em constante processo de formação.

As identidades coletivas podem ser analisadas em paralelo à formação das identidades individuais, ou seja, a cultura de um povo ou de uma nação forma-se no processo constante de identificação de uma coletividade, haja visto que a cultura é uma das principais fontes de identidades hegemônicas com instituições de valores sociais bem definidos.

Além dos elementos e símbolos culturais presentes na sociedade, como por exemplo, o sistema de valores acerca da educação, o sistema de crenças, de religiosidade e de mitos, pode-se identificar as culturas através de representações. Para Hall “as culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre ‘a nação’, sentidos com os quais podemos nos *identificar*, constroem identidades. Esses sentidos estão contidos nas estórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente e seu passado e imagens que dela são construídas” (Ibid., p. 51). Isso representa um sistema de valores que pode se refletir nas práticas econômicas e de gerenciamento de centros urbanos, indica um conflito para a sociedade atual que oscila entre o retorno à glórias do passado e o impulso por avançar ainda mais em direção à modernidade.

Neste sentido, o turismo caracteriza-se por ser uma das poucas atividades que têm a capacidade de equilibrar a manutenção da memória e das representações culturais com a atividade econômica – a qual reflete os anseios de uma sociedade ávida ao consumo e ao tempo de lazer – em um contexto contemporâneo.

É interessante analisar o turismo sob a perspectiva de uma atividade que atende as expectativas sociais nesse contexto contemporâneo, no qual as relações existentes entre o consumo dos espaços e a utilização das tradições e da cultura como fonte de sustentação da atividade perfazem um aspecto central das discussões sobre as práticas do turismo baseado na cultura.

Menezes (1999, p. 90) acredita que a sociedade atual tornou-se, sob a influência das relações mercadológicas, uma sociedade que trata a cultura como mais um mecanismo para aproximar o cotidiano às práticas de consumo, através de um raio de ação balizado por produtos, órgãos, lugares e equipamentos culturais.

O autor chama os indivíduos dessa sociedade de *consumidores culturais*, representantes de uma sociedade que fragmenta a cultura de acordo com a sua função social. Em suas palavras:

Nessa sociedade que compartimenta a cultura como segmento, ignorando-a como uma qualificação capaz de iluminar todo e qualquer segmento, a lógica da separação também determina a existência de usos e funções culturais específicos, tipicamente convenientes, apropriados e intransferíveis (1999, p. 95).

Para o autor, a cultura não deve ser segmentada e compartimentada, mas compartilhada na totalidade da vida social, deveria ser considerada como uma dimensão presente não apenas nas políticas culturais, diretrizes e estratégias de órgãos de áreas culturais, mas sim como uma dimensão de valor a ser utilizada em políticas extensivas como as educacionais, de saúde ou de transportes.

É neste sentido que se pode perceber o turismo como uma atividade que utiliza-se da cultura como fonte sustentadora para a prática do chamado turismo cultural (BARRETO, 2000; GASTAL, 2002), conciliando as práticas de consumo da sociedade atual com os valores de uma dimensão cultural presente na história e no legado da própria sociedade. Como relata Menezes “o tipo de turismo que propusermos e praticarmos dependerá do tipo de relações que julgarmos aceitáveis e desejáveis entre os homens, isto é, do modelo de sociedade pelo qual optarmos” (Ibid, p. 99).

Por fim entende-se que os benefícios mútuos para a cultura e o turismo estão levando esses setores rumo à definição de metas e objetivos sociais e econômicos comuns. Como relata Jansen-Verbeke e Lievois (2002):

A conservação dos recursos culturais e o processo de transformação em produtos turísticos podem ser incentivos reais para o processo de revitalização da identidade cultural, tanto no nível comunitário quanto no regional. Por sua vez esse processo cria um clima de incubação favorável para o seu desenvolvimento e o investimento em novos projetos turísticos, dos quais o mercado do turismo necessita na sua busca atual de inovação e diversificação (Ibid, pg. 114).

Portanto, destaca-se aqui que o dinamismo da cultura, em suas diferentes formas e expressões, encontra um incentivo e muitas vezes apóia genuinamente o turismo. Como observa Ashworth e Tunbridge (1990), supõe-se que a cultura, suas representações e o turismo sejam interdependentes, pois, do ponto de vista da cultura, o turismo também é visto como uma maneira de legitimação do apoio político, uma justificativa social e econômica, um meio de agilizar a conservação e um incentivo para a inovação.

2.7 Planejamento estratégico e marketing para de destinos turísticos

2.7.1 Planejamento estratégico

O princípio dos anos de 1960 trouxe algumas modificações importantes à concepção de planejamento utilizada até então, iniciou-se a prática do chamado planejamento em longo prazo. Como relata Tavares (2005, p. 32), neste período, havia a necessidade de prever com mais exatidão os acontecimentos futuros sobre os quais a organização estaria realizando suas estratégias, entretanto, a rapidez com que as mudanças ambientais aconteciam revelou que as técnicas de projeções utilizadas até então eram limitadas.

A atividade do planejamento é complexa em decorrência de sua própria natureza, ou seja, em função de ser um processo contínuo de pensamento sobre um futuro desejado. Entretanto, tal processo não é linear, principalmente em decorrência dos fatores de variabilidade (ACKOFF, 1976). Essa variabilidade ocorre em função das pressões ambientais que a empresa ou produto deve suportar, que são resultados de forças externas, em continua alteração, bem como de pressões internas, resultantes dos vários fatores integrantes da empresa.

Por esse motivo é que Drucker (1962) já não observava o planejamento como um ato isolado, mas que deveria ser visualizado como um processo composto de ações inter-relacionadas e interdependentes no plano dos acontecimentos e dos ambientes.

Gradativamente então, o planejamento deslocou sua ênfase no prazo para a compreensão dos fenômenos que ocorriam no mercado e no ambiente de forma geral. A expressão *longo prazo*, na prática do planejamento cedeu espaço, aos poucos, a expressão *estratégico* que, a partir do início da década de 1970 passou a predominar.

Como fora mencionado anteriormente, o planejamento constitui-se em um processo que busca atingir uma situação desejada de um modo mais eficiente, eficaz e efetivo, com a melhor concentração de esforços e recursos (OLIVEIRA, 2002). Neste sentido, o exercício sistemático do planejamento tende a reduzir a incerteza envolvida no processo decisório e conseqüentemente provocar o aumento da probabilidade de alcance dos objetivos gerenciais.

O planejamento relacionado com o alcance dos objetivos em longo prazo é conhecido, portanto, como planejamento estratégico. Este, de acordo com Kotler (2000), por ser realizado pelos altos gerentes, tem uma característica notória frente aos demais tipos de planejamento – o tático e o operacional – que é a de ser um processo administrativo que proporciona sustentação metodológica para se estabelecer a melhor direção a ser seguida, visando à otimização de interação com o ambiente e atuando de forma inovadora e diferenciada.

A interação com o ambiente é realizada se a empresa tiver conhecimento pleno de suas potencialidades e deficiências no mercado. Como acrescenta Oliveira (2002, p. 64), através do planejamento estratégico a empresa espera:

1. Conhecer e melhor utilizar seus pontos fortes
2. Conhecer e eliminar ou adequar seus pontos fracos
3. Conhecer e usufruir as oportunidades externas
4. Conhecer e evitar as ameaças externas

O conhecimento detalhado de uma metodologia de elaboração e implementação do planejamento estratégico propicia ao executivo o embasamento teórico necessário para otimizar sua aplicação. Como lembra Valls (1996, 189), a teoria é necessária e aparece como

base de sustentação do processo decisório e, nos cenários de constantes mudanças ela ganha importância extra sobre a prática.

É neste sentido que a afirmação de Petrocchi (1998), citada anteriormente, ganha maior importância, quando foi relatado que a finalização do processo de planejamento, ou seja, as mudanças provocadas por tal processo na realidade, dependem, em grande parte, das informações colhidas no início desse processo.

Basicamente, o processo de planejamento estratégico estabelece uma seqüência operacional em três fases distintas como apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Fases do planejamento estratégico

ANÁLISE DO AMBIENTE	DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO	SELEÇÃO DE ESTRATÉGIA	PLANOS DE AÇÃO	C O N T R O L E
INTERNO				
EXTERNO				
PRIMEIRA FASE		SEGUNDA FASE	TERCEIRA FASE	QUARTA FASE

Fonte: Adaptado de Sainz de Vicuña (1999).

A primeira e a segunda fases serão expostas a seguir. Por se tratar de uma investigação acadêmica – sem a pretensão de aplicar os planos de ação na realidade estudada, a terceira e quarta fases apresentarão apenas caráter didático.

2.7.2 Diagnóstico da situação

A década de 1970 correspondeu à fase de consolidação das práticas do *planejamento estratégico*. Nessa época, o Boston Consulting Group (BCG), juntamente com outras empresas de consultoria consolidaram conceitos de simples significação na análise do mercado e competitividade das organizações, dentre eles destacam-se a metodologia de análise DAFO.

O diagnóstico é consequência de uma análise prévia dos principais fatores da situação interna e externa, na qual é possível identificar as Dificuldades (pontos fracos), Ameaças, Fortalezas (pontos fortes) e Oportunidades, compondo assim o DAFO.

Defini-se então a seguir os conceitos de Ameaças e Oportunidades, Fortalezas e Debilidades, como observado em Sainz de Vicuña (1999, p. 120), Kotler (1998, pg. 102) e Oliveira (2004, p. 89).

- Ameaças – fatores externos que podem prejudicar a implementação de metas e objetivos propostos, pois não são controláveis.
- Oportunidades – fatores externos que podem favorecer o implemento de metas e objetivos. Assim como as ameaças, as oportunidades do mercado não são controláveis.
- Fortalezas – são aspectos internos que favorecem ou podem favorecer o implemento dos objetivos propostos.
- Debilidades – assim como as fortalezas, as debilidades são internas e controláveis, entretanto, correspondem aos aspectos que prejudicam ou podem prejudicar o cumprimento dos objetivos propostos.

A identificação desses fatores possibilita a obtenção de algumas vantagens competitivas, utilizando-se das fortalezas para aproveitar as oportunidades que o mercado

apresenta, e também para reduzir ou eliminar as ameaças que do mercado através da correção ou adequação de suas debilidades.

Baseado em Sainz de Vicuña (1999), a aplicação prática do DAFO como uma metodologia de análise consiste em identificar e localizar as oportunidades, ameaças, fortalezas e debilidades, atribuindo a elas um valor numérico a partir de sua possibilidade de manifestar-se e de sua importância. Da seguinte forma:

Quanto à possibilidade de manifestar-se:

Com total segurança – valor 3

Muito possivelmente – valor 2

Possivelmente – valor 1

Raramente – valor 0

No que se refere a variável importância, o autor atribui:

Valor 3 – assegura-se o seu cumprimento

Valor 2 – incidência muito provável

Valor 1 – incidência favorável

Valor 0 – relevância praticamente nula

Sainz de Vicuña afirma que essa forma de análise constitui-se de um importante método de análise da realidade, sendo um “importante instrumento de seleção daqueles aspectos realmente importantes sobre os quais concentraremos a atuação estratégica” (Ibid., p. 120, tradução nossa).

Nessa primeira fase ressaltam-se os principais pontos da análise da situação estudada, consideradas e selecionadas como de grande importância. A seqüência da análise DAFO é realizada com a composição de quadros demonstrativos onde, num primeiro momento são ordenadas as informações dispostas no quadro em função de sua possibilidade de ocorrência, ou seja, levando-se em consideração a segurança que venham a se manifestar. Da mesma forma, na seqüência, são ordenadas as informações em função de sua importância, dispostas de acordo a sua incidência na realidade estudada. Nesse exame, a escolha das informações e a atribuição de valores constituem-se de impressões subjetivas do autor, o qual deve estar

munido de critérios de seleção condizentes com a situação estudada, maximizando a confiabilidade da análise.

Em síntese, a análise DAFO é composta de três fases: seleção preliminar das oportunidades, ameaças, pontos fortes e pontos fracos; ordenação em função de sua possibilidade de ocorrência e em função de sua importância e por fim; a composição do quadro final “matriz de avaliação estratégica” com a apresentação da inter-relação das informações dos diversos quadros da análise.

2.7.3 A atuação do marketing e o desenvolvimento de produtos e destinos turísticos

A natureza da atividade turística é composta de aspectos distintos que não podem ser ignorados quando à concepção de um produto dirigido ao mercado consumidor, são algumas características básicas que o diferenciam de outros produtos. Citam-se aspectos como a *intangibilidade*, referente à prestação de serviços não-testáveis, ou como a *inseparabilidade* na oferta de produtos e serviços na cadeia de consumo (FAULKNER, 2002, p. 313). Características como essas fazem do produto turístico um produto de serviços tão especializado, que apenas através de um gerenciamento de marketing estrategicamente voltado ao produto e ao setor específico do turismo pode se garantir o seu sucesso junto ao mercado consumidor.

Quando se pensa na concepção de produtos, produtos turísticos ou destinos turísticos e sua relação com os serviços, pode haver confusões que por vezes são levadas a práticas equivocadas quando no processo de estabelecimento de estratégias e diretrizes para o planejamento turístico.

O entendimento de produto turístico, mercadologicamente constituído, não foge aos conceitos tradicionais de produto como “algo que pode ser oferecido a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo para satisfazer um desejo ou uma necessidade” (KOTLER & ARMSTRONG, 2003, p. 204). Entretanto, o conjunto de inter-dependências de atividades e serviços que compõem um produto em turismo faz retomar com efeito uma

condição de indefinição do próprio entendimento do que seria um *bem* ou um *serviço* que, invariavelmente, fazem parte desse mesmo leque de relacionamentos nos produtos ofertados.

Não há distinção clara de um bem puro ou de um serviço puro, ambos co-existem no processo de experiências em turismo, perfazendo uma relação de dependência e troca quase que simultânea. Na percepção de Grönroos (2003, p. 65) os serviços assumem uma abordagem fenomenológica. De acordo com o autor até mesmo um bem físico, agregado dos devidos valores de consumo, pode se constituir em um serviço que muitas vezes é imperceptível ao consumidor. Em turismo, por exemplo, um aparelho eletrônico de alta tecnologia a disposição do hóspede é um produto físico, mas se este aparelho atende as necessidades e as exigências mais pormenorizadas daquele cliente, torna-se então um serviço.

O entendimento de Grönroos não deixa de lembrar as características mais importantes dos serviços como um processo constituído de uma série de atividades que envolvem recursos humanos e materiais, entretanto, suas observações são interessantes na medida em que trazem uma abordagem extensiva e abrangente para um entendimento já desgastado e sub-aproveitado pela prática. Tal contribuição é particularmente favorável para os estudos relativos ao amálgama das destinações turísticas que por vezes são obrigadas a se adaptarem as tendências de mercado e consumo para garantir que a experiência do turismo com qualidade aconteça, através da prestação dos serviços.

Neste sentido, é imprescindível levar em consideração que o consumidor não busca somente o produto ou o serviço *per se* (HOFFMAN e BATESON, 2003, p. 187). Em turismo, da mesma forma, o cliente busca atender suas necessidades no processo de consumo que estão diretamente relacionadas a uma escala de valorização própria e subjetiva, o que por sua vez condiciona a percepção da qualidade.

Um produto turístico se apresenta como uma amálgama, um conglomerado de elementos que atuam em conjunto para compor a experiência turística e conseqüentemente a avaliação da qualidade pelos turistas. Uma visão coerente das características e da complexidade que envolve um produto turístico pode ser observada em Valls (1996, p. 197) que o descreve como sendo um conjunto de “componentes tangíveis e intangíveis que geram utilidade ou benefícios em forma de experiências fora do lugar habitual de residência ou

trabalho” (p. 198, tradução nossa). Sendo assim, o produto turístico é composto por dois elementos básicos, os elementos tangíveis e os intangíveis.

Dentre os tangíveis encontram-se (Ibid., p. 199):

- Bens e serviços auxiliares – os bens são os produtos necessários para cumprir a satisfação da experiência. Podem ser uma matéria prima como produtos alimentícios ou de uso nas instalações turísticas, material desportivo ou de limpeza, ou podem ser serviços auxiliares como equipamentos comerciais e industriais, lavanderias, livrarias, cinemas, guias turísticos, empresas de locação de veículos, entre outras.
- Recursos turísticos – são os elementos naturais como paisagens, praias ou fatores físicos que integram o território ou a atividade; os elementos do patrimônio histórico e cultural como aqueles que representam as características históricas de um povo ou de uma comunidade: arquitetura, edificações, festivais, tradições; e, finalmente, as atividades e acontecimentos especiais.
- Infra-estrutura e equipamentos – são as construções básicas de um território que permitem sua utilização e desfrute como rede de água, esgoto e energia elétrica, hospitais e centros de saúde, vias de comunicação aos núcleos populacionais, terminais de transporte, sistemas de segurança e todo o conjunto de produtos baseados na atividade principal.

Dentre os intangíveis encontram-se (Ibid., p. 200):

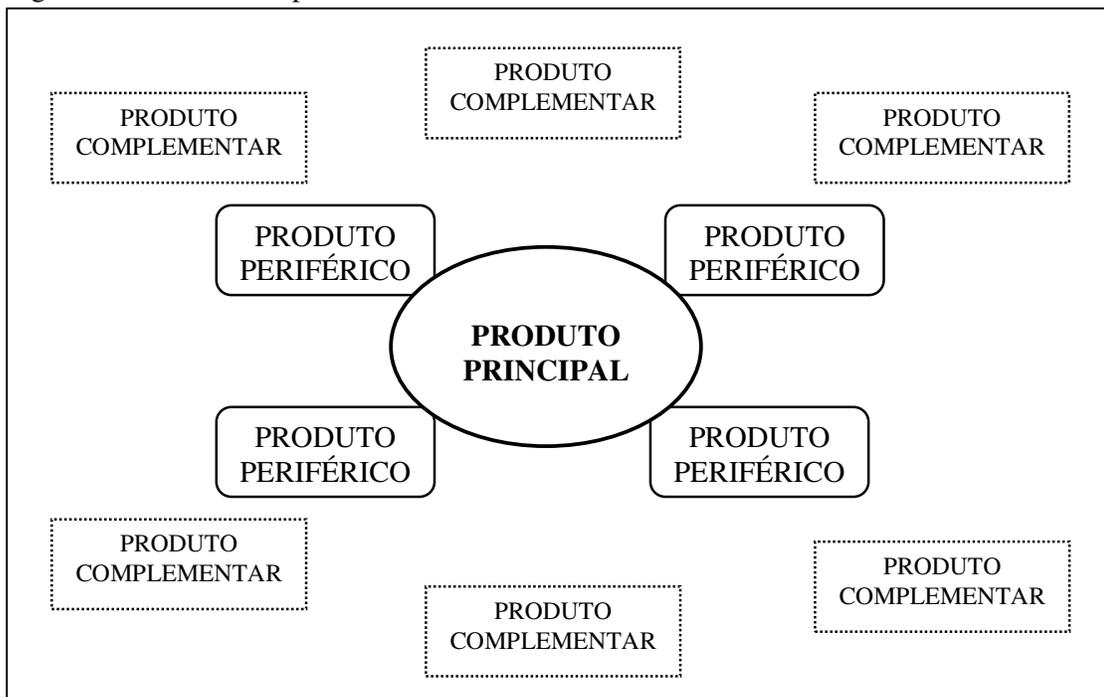
- Gestão – refere-se à atitude inerente ao planejamento que implanta processos, institui condutas e seleciona os suportes físicos adequados para a prestação de serviços de acordo com os desejos que esperam satisfazer os consumidores com os recursos disponíveis.

- Imagem da marca – caracteriza-se pelo reflexo externo, captado pelo público, do produto turístico, sua personalidade e de sua identidade e, enfim, de sua qualidade.
- Preço – o preço determina a decisão de compra. É o valor que fixam o turista e o vendedor a um serviço num momento de estabelecer um intercambio voluntário, o vendedor busca um valor que cubra seus custos totais e o turista busca um preço que responda a utilidade ou benefício que recebe.

A estrutura de um produto turístico é estabelecida de acordo com o grau de satisfação que exerce no consumidor o benefício adquirido, como demonstrado na Figura 2. Assim, existem três tipos de benefícios que compõem a estrutura base de um produto (VALLS, 1996, p. 219):

- O **produto principal**: correspondente ao benefício principal sem o qual não existe produto turístico, é o que o consumidor espera encontrar de acordo com o produto comprado e a marca elegida.
- Os **produtos periféricos**: são os produtos que acompanham intimamente o produto principal e todas as suas utilizações, são considerados como uma prolongação natural e cumprem funções indispensáveis. Pode-se citar o exemplo da neve como o produto principal e os restaurantes, hotéis, pistas e alojamentos como produtos periféricos.
- Os **produtos complementares**: referem-se aos produtos que podem ampliar o leque de satisfação de ambos os anteriores. No caso da neve, seriam produtos complementares os cursos de esqui, atrações culturais, *play-grounds* para crianças.

Figura 2 – Estrutura do produto turístico



Fonte: Adaptado de Valls (1996, p. 219).

A razão da existência do marketing, ou seja, a identificação de que as pessoas possuem necessidades e desejos com tamanha intensidade que as fazem sair do seu estado natural de inércia e buscar satisfazê-las através da aquisição de produtos e serviços (KOTLER, 1998, p. 27), perfaz o princípio do processo da sua atuação gerencial para destinos turísticos. Pode-se dizer que o marketing atua de forma singular na formatação e desenvolvimento de um produto turístico, sua importância tende a ultrapassar o conceito básico do marketing tradicional, adaptando-o a complexidade de um produto ou um destino turístico.

Para Valls (1996, p. 225) o destino turístico é um conglomerado de produtos turísticos que atuam dentro de uma demarcação geográfica determinada e como acrescenta Bigné *et al.*, “o desenvolvimento de uma estratégia de marketing para os destinos turísticos é um processo complexo. Os destinos não podem ser gerenciados e comercializados como empresas, devido à diversidade de interesses e benefícios buscados pelos grupos de interesse” (2000, p. 39, tradução nossa). Para tanto, a qualidade na prestação de serviços e a satisfação do consumidor do turismo passa pela consideração do destino turístico como um complexo integrado de interesses que vão desde a administração pública, passando pelo setor empresarial e outros

grupos de interesse como intermediários, gestores ambientais, ONG's e a comunidade residente local, até o próprio turista, cada vez mais exigente, experiente e informado.

Os destinos turísticos representam quase que a totalidade dos esforços envolvidos para o gerenciamento dos sistemas em turismo, envolve a atenção da hospitalidade, dos meios de transporte internos e externos, do atendimento a demanda, do marketing e da oferta de produtos variados. Seu gerenciamento, de acordo com Dredge, deve ser observado de maneira global para que atenda as necessidades dos diversos segmentos envolvidos, dentre eles, destaca o planejamento como um processo de “estabelecer uma visão estratégica para uma área que reflita as aspirações e metas da comunidade através da identificação dos modelos apropriados do uso do local e o uso de estilos apropriados de desenvolvimento” (1999, p. 775, tradução nossa).

O envolvimento dos diversos atores no processo de planejamento de destinos turísticos atende a uma perspectiva do desenvolvimento sustentável, no qual setores da sociedade ligados direta ou indiretamente à atividade do turismo, de forma representativa, dão as características e tendências necessárias para garantir o equilíbrio de interesses econômicos, sociais e de preservação.

Pode-se dizer que constitui atributo dos destinos turísticos, de forma semelhante aos produtos nele inseridos, a constante interação com as diversas células de interesse que compõem sua própria estrutura. Uma forma de análise de tal ambiente é proposta por Pearce (2001), quando observa os destinos turísticos como um *framework* integrado de temas, como o marketing, o desenvolvimento, a organização e demanda, e os relacionamentos. De acordo com o autor, é necessário buscar uma forma de análise que “auxilia em identificar mais claramente onde os esforços futuros podem ser direcionados e como as diferentes partes envolvidas podem unir-se com mais efetividade” (p. 931, tradução nossa). Sua abordagem é interessante na medida em que possibilita ao pesquisador saber sistematicamente o que já é conhecido sobre o destino, identificar fendas no conhecimento e apontar problemas existentes, além de ser uma estrutura de pesquisa flexível para aplicação em destinos não-urbanos.

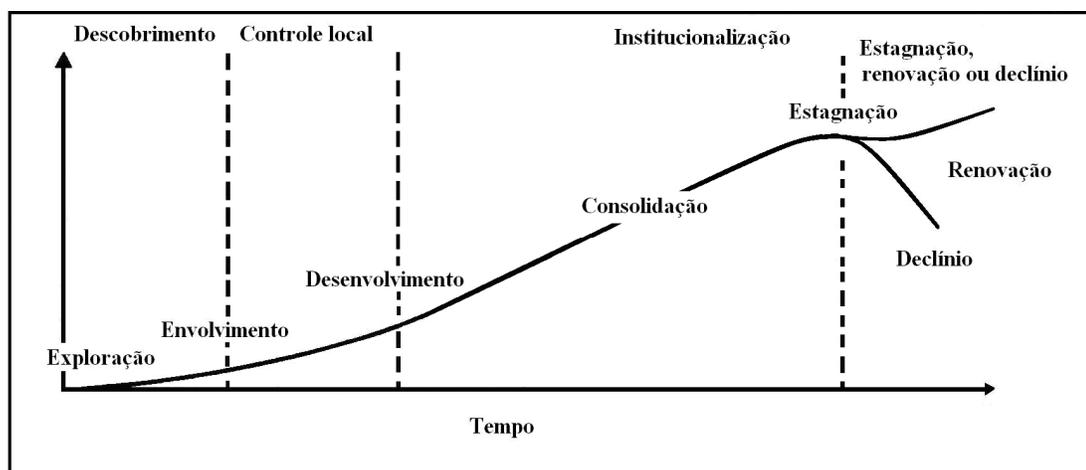
Com efeito, tais atribuições relativas ao produto constituem-se em desafios ao seu gerenciamento integrado com as destinações turísticas e suas atividades. De acordo com Cooper *et. al.* o produto turístico, caracteristicamente, é consumido, em seu aspecto físico,

dentro das fronteiras geográficas da destinação (2001, p. 235), o que atribui um aspecto de inter-relação à formatação do produto em si de acordo com o ambiente onde está localizado. Não se pode desconsiderar também que a experiência da visitação, ou seja, as sensa es, as emo es e os sentimentos por parte do turista, aconteçam durante todo período que ele destina ao lazer e a prática do turismo, seja dentro ou fora dos limites geográficos da destina o.

O sistema de inter-rela es que compoem um destino ou mesmo um produto turístico   exposta a uma condi o de análise constante pelo consumidor/turista, ou seja, a percep o sobre aspectos específicos e também globais em sua experiência como sujeito consumidor tem efeito direto sobre a sua satisfa o integral e sobre a qualidade atribuída ao produto. Cabe ao produto turístico, portanto, estar preparado com serviços adequados para proporcionar uma experiência de consumo tal que supere as expectativas e as necessidades daqueles que o procuram.

Cooper et. al. (Ibid. p. 148) afirma que a importância das destina es   tamanha que o seu processo evolutivo condiciona o próprio desenvolvimento do turismo. Por isso   importante levar em considera o a teoria do ciclo de vida de uma destina o, como pode ser observado na Figura 3, elaborada inicialmente por Butler em 1980 (apud COOPER et. al, 2001, p. 149) e complementada por Johnson e Thomas em 1992 (apud VALLS 1996, p. 233). Para tanto, o ciclo de vida   composto das seguintes fases (COOPER at. al. 2001, p. 149; VALLS 1996, p. 234):

Figura 3 – Ciclo de vida do destino turístico



Fonte: Adaptado de Cooper et. al. (2001, p. 149 apud. BUTLER 1980)

- Exploração – esse é o momento em que um número reduzido de visitantes e aventureiros se destina ao deslocamento para a descoberta de lugares exóticos e de experiências únicas, sendo que nesses locais existe pouca ou nenhuma infraestrutura.
- Envolvimento – essa fase caracteriza o envolvimento da comunidade nas decisões sobre o turismo, se ela aceita estimular o turismo e se isso se confirmar, como o farão. Iniciam-se com maior intensidade a atuação pública, privada ou mista, que tende a melhorar a infra-estrutura, os serviços e os equipamentos para a recepção dos novos turistas e ainda se estabelecem as bases para desenvolver uma imagem, uma marca e a adoção de um preço.
- Desenvolvimento – é a etapa na qual o destino atinge sua plena produtividade com a recepção de uma grande quantidade de turistas, podendo igualar ou até superar o número de moradores locais. Neste estágio, a organização do turismo pode tomar novas formas, pois há o intenso envolvimento de empresas internas e externas que intervêm na elaboração de produtos turísticos.
- Consolidação – essa é a fase que na qual o destino alcança o número de turistas desejado, segundo o modelo anteriormente planejado, ocupando uma quota de mercado com sua imagem posicionada.
- Estagnação – durante a estagnação, o destino se apresenta com o número máximo de turistas alcançados e não está mais em evidencia, sendo que outros destinos consolidam a concorrência. Entretanto, um certo número de consumidores ainda seguem fiéis ao destino e o mantém em sua lista de preferências particulares.
- Declínio – perde-se a fidelidade dos clientes que procuram destinos concorrentes. Os agentes econômicos entram em fase de indecisão e dispersão de esforços.
- Renovação – essa é a fase caracterizada pelos esforços para relançar o local, buscando novos mercados e criando estratégias para criar ou renovar os produtos.

Parte-se do princípio de que essa teoria foi elaborada tendo-se como base os destinos massivos e de baixos preços, sendo que é necessário maior cuidado quanto à utilização dessa abordagem para destinos altamente segmentados ou com maior especialização nos produtos e serviços oferecidos, mas se constitui em uma importante fonte de informação para a análise de destinos turísticos consolidados ou para aqueles em processo de desenvolvimento.

Uma alternativa coerente para o desenvolvimento de produtos turísticos é segmentá-los de acordo com a demanda em potencial. A segmentação de mercado é uma ferramenta de marketing frequentemente utilizada para maximizar os ganhos com os produtos e serviços oferecidos. Diz respeito à “identificação de diferenças nas necessidades do comprador e no seu comportamento de compra” (PORTER, 1989, p. 213), ou seja, permite a uma empresa ou destino turístico atender segmentos de mercado que equiparem-se às suas capacidades.

A identificação das diferenças resulta, como relata Boone e Kurtz (1974, p. 221) do “isolamento de fatores que distinguem um certo grupo de consumidores do mercado global”. Esses fatores podem ser geográficos, demográficos, psicográficos ou baseados no produto.

A segmentação geográfica distingue as características da população, dividindo o mercado global em grupos homogêneos com base em localidades ou regiões específicas, já a segmentação demográfica considera variáveis dos próprios consumidores como sexo, idade, renda, ocupação, educação, tamanho da família e estágio no ciclo de vida da família. A segmentação psicográfica se refere à segmentação pelos perfis do estilo de vida dos diferentes consumidores e por fim, a segmentação baseada no produto envolve a divisão de uma população em grupos homogêneos centrada nas características da relação do consumidor com o produto (BOONE e KURTZ, Ibid).

Cobra (1993, p. 125) destaca variáveis baseadas nas condições socioeconômicas e no tipo de destino turístico, importantes para a segmentação do mercado de turismo. A variável socioeconômica leva em consideração a renda, a ocupação e a educação do consumidor e a variável baseada na tipologia do destino turístico considera os benefícios do destino, a referência de mercado – seu posicionamento em relação à concorrência –, a fidelidade do consumidor, a oferta turística, a acessibilidade, a disponibilidade e flexibilidade dos pacotes, a duração da viagem e as expectativas do turista quanto ao desempenho do destino.

Sobre a abordagem da segmentação de mercado, é fundamental mencionar os estudos realizados por Molina (2003) que analisa sobre a ótica do pós-turismo. No intuito de continuar a presente reflexão sobre o tema é importante entender que alguns aspectos abordados pelo autor não refletem a realidade vivenciada atualmente pelo turismo, sendo que se constituem em uma tendência ou previsão futura para a atividade, e outros aspectos servem de sinais de alerta para o que o planejamento do turismo seja realizado observando-se o comportamento de um mercado em constante mudança.

De acordo com a visão do autor (Ibid., p. 27), o pós-turismo não necessitaria do deslocamento do local de residência pelos turistas, de contatos com indivíduos de comunidades locais e não seria determinado pelos recursos naturais ou culturais disponíveis na região. Neste sentido, entende-se que o autor menciona um turismo que ainda não faz parte do cotidiano da atividade, o que mantém a sua materialização sobre o foco da incerteza.

Entretanto, o autor chama a atenção para alguns pontos interessantes no que se refere à segmentação do mercado de turismo. Um deles é quando relata que é fundamental considerar também, para se segmentar o mercado, outras variáveis além das tradicionalmente utilizadas como nível de escolaridade, condições socioeconômicas ou idade e reafirma a importância da variável estilo de vida como um dos principais meios de se conhecer a demanda (ibid., p. 113). Molina relata que é necessário superar o conceito de que as pessoas de um país, de uma determinada faixa etária ou aquelas que têm um nível de escolaridade similar, obedeçam a motivações ou condutas homogêneas.

Portanto, é válido como uma reflexão observar como o autor reconhece que o turismo é uma atividade complexa e que se desenvolve em um cenário intensamente competitivo e em constantes mudanças, certamente chama a atenção para a reflexão sobre um novo tipo de turismo. A complexidade de relações existentes entre o destino turístico, os atores sociais, e entre os produtos e os serviços inseridos naquele ambiente faz com que o marketing atue, portanto, no sentido de contribuir não só para a formatação e gerenciamento do produto em si, mas também para o equilíbrio dos diversos interesses do mercado condizente ao destino turístico.

No próximo capítulo inicia-se a exposição dos elementos que compõem o contexto turístico da cidade de Paranaguá, dentre eles a história do município, as condições econômicas

e ambientais da cidade e os atrativos urbanos. Tais elementos são importantes para o entendimento deste estudo, haja vista que a análise contida nos capítulos seguintes utiliza-se dessas informações.

3. PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS E OS RECURSOS TURÍSTICOS DE PARANAGUÁ.

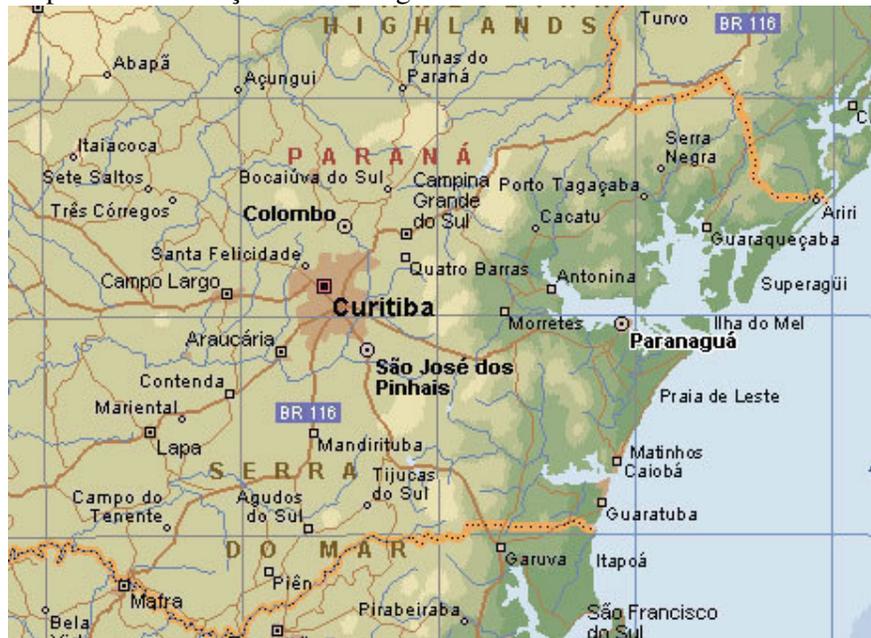
Para compreender o nível de envolvimento que a atividade do turismo tem com os moldes de desenvolvimento da cidade é necessário, num primeiro momento, mencionar as principais características históricas, econômicas e ambientais do local e, quanto ao aspecto turístico, evidenciar seus principais atrativos urbanos e os principais elementos culturais relacionados ao conhecimento e às tradições populares, utilizando-se para isso de um contexto que aproxima a história da atualidade. Os aspectos relacionados ao desenvolvimento do turismo na cidade serão abordados no Capítulo 5, já que servirão como fonte referencial para a composição da análise DAFO.

3.1 Introdução

Paranaguá localiza-se na porção oriental do Estado do Paraná. Sua área é de aproximadamente 827 Km². Com 141.635 habitantes, a cidade se destaca pela maioria absoluta do número de moradores residentes na área urbana, aproximadamente 122 mil pessoas (IBGE, 2000).

Como pode ser observado no Mapa 1, o município está inserido na microrregião denominada Litoral Paranaense (IBGE, 2000) e ocupa posição central em relação aos municípios vizinhos. Ao norte de Paranaguá encontram-se os municípios de Antonina e Guaraqueçaba; ao sul, os municípios de Matinhos e Guaratuba; a leste, a baía de Paranaguá banhada pelo oceano Atlântico e o município de Pontal do Paraná e; a oeste, o município de Morretes.

Mapa 1 – Localização de Paranaguá no Litoral do Estado do Paraná



Fonte: Prefeitura Municipal de Paranaguá (PARANAGUÁ, 2006).

Paranaguá foi a primeira vila fundada na região, cresceu em torno da movimentação trazida pelo mar. Mapas de 1520 fazem referência a baía, que povoada por luso-brasileiros a partir de 1648, era habitada por índios Tupi-Guarani, chamados de Carijós.

Da pequena Vila de Nossa Senhora do Rosário de Paranaguá, faiscadores, missionários e bandeirantes subiram a Serra do Mar e instalaram-se no planalto fundando a Vila de Curitiba.

Mesmo após a emancipação da Província em 1858, e a instalação da capital em Curitiba, Paranaguá continuou importante centro político, econômico e cultural. Só mesmo após a transferência dos engenhos de soque de mate para o planalto Curitibano, a construção da estrada de Ferro para o litoral e o melhoramento da Estrada da Graciosa é que a cidade perdeu força política. No entanto, como o maior entreposto comercial, que escoava grande parte da produção agrícola, a cidade ainda sobressai dentre os municípios paranaenses.

Em 1935, com a construção do novo complexo portuário, a rede urbana expandiu-se acompanhando as funções próprias do comércio exportador. Ainda assim, muitos dos casarios coloniais e das tortuosas ruas estreitas permaneceram como testemunhos de um tempo de

riqueza. O tombamento do Centro Histórico em 1990, pelo Governo Estadual, permitiu viabilizar a preservação do perfil e do traçado urbano da parte mais antiga da cidade.

Atualmente, Paranaguá possui uma população que convive com a modernidade de seu complexo portuário e com memórias e histórias da primeira povoação luso-brasileira do Estado.

3.2 Economia do município

Além dos movimentos gerados pelo porto e pela estrada de ferro, a economia do município baseia-se em grande parte no intenso comércio local e em algumas indústrias de adubos, rações e de alimentos, além de organizações de prestação de serviços. A pesca também desempenha papel importante na geração de renda para a população local, é geralmente realizada de forma artesanal por grupos de pescadores localizados em comunidades espalhadas pelas ilhas da baía. Dessas ilhas são trazidos aos frigoríficos e ao Mercado Municipal, principal centro de distribuição dos pescados e frutas da região.

Segundo o INCRA – Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária – há atualmente 820 propriedades rurais cadastradas no Município de Paranaguá, sendo que aproximadamente 80% dos produtores cultivam arroz, feijão, milho, mandioca, banana, maracujá, olerícolas e pecuária de leite, sendo que a produção não é suficiente para atender às necessidades durante o ano, e a mão-de-obra utilizada é familiar.

Sendo assim, a agricultura pode ser caracterizada como de subsistência (BOUTIN, 1993, p. 01), devido ao fato de as terras aluvionais arenosas serem de pouca fertilidade, com algumas áreas de exceção, e em função da baixa tecnologia utilizada. O clima quente e úmido no verão ainda propicia o plantio de produtos adaptados, como as variedades de mandioca de que se fabricam tradicionalmente a farinha, de largo consumo local.

3.2.1 Porto de Paranaguá

Até as primeiras décadas do século XX, o Rio Itiberê possibilitava o acesso de todos os tipos de embarcações que atracavam ao lado da cidade, esse foi o primeiro porto de Paranaguá. Por aí se importavam objetos e alimentos como, farinha-de-trigo, vinho, azeite de oliva, tecidos, ferragens e até mesmo escravos, e exportavam-se louças de barro, farinha de mandioca, aguardente, arroz e também a cal obtida das ostras provenientes dos sambaquis da região (WESTPHALEN, 1998, p.234).

Entretanto, esse porto fluvial tornou-se inadequado ao acesso das grandes embarcações que passaram a atracar em um trapiche de madeira construído em área próxima. Esse mesmo local resultou em 1935 no moderno Porto Dom Pedro II.

A partir de 1967, passou para a fase de diversificação, exportando milho, soja, farelos, algodão, óleo vegetal, adubos e rações, e também manufaturados provenientes do parque industrial de Curitiba e outros centros.

Atualmente, o porto se constitui num dos mais importantes terminais de exportação de grãos do Brasil. Além de atender à necessidade paranaense, sua zona de influência abrange todo território paraguaio, o sul paulista e mato-grossense, e parte das terras bolivianas (TOURINHO, 1993, p. 04).

De acordo com a Administração dos Portos de Paranaguá e Antonina – APPA, o porto possui uma área total de 2.350.000 m² e constitui-se no maior complexo para embarque de granéis sólidos da América Latina, tendo o maior complexo público para embarque de grãos do mundo. Em termos de receitas, o porto gerou em 2004 um valor que se aproxima de 8.412.892 milhões de dólares em receita cambial, obtendo nesse ano um crescimento de aproximadamente 29,37% em relação ao ano anterior, representando até 90% do total da Receita Cambial gerada pelo estado do Paraná. Naturalmente, o porto tornou-se a principal fonte de movimentação econômica do Município de Paranaguá.

3.3 Aspectos Ambientais

Paranaguá está cercada de recursos naturais devido a proximidade entre a Mata Atlântica e a região praiana. No Paraná, a Floresta Atlântica possui aproximadamente 500 mil hectares, abrigando mais de 2500 espécies vegetais.

A baía de Paranaguá, com seus 300 km² de área, é uma das mais importantes do sul do Brasil, onde estão localizados os portos de Paranaguá e Antonina. Nesta baía está localizado também o Parque Nacional do Superagüi, considerado uma das áreas de preservação ambiental mais importantes do país. Beirando a baía de Paranaguá localizam-se várias porções de mangues. São locais alagadiços e pantanosos, sujeitos ao fluxo e refluxo das marés; o solo é extremamente salino.

Os rios do litoral do Estado do Paraná pertencem à bacia hidrográfica Atlântica. No perímetro urbano da cidade, localizam-se vários cursos d'água que tem suas nascentes na Serra do Mar e correm na direção sudoeste-nordeste, desaguardo diretamente na baía de Paranaguá, destacando-se: o rio Embocuí, localizado na porção noroeste do perímetro urbano. Entre a ilha do Curral e o continente, o rio Emboguaçu-mirim e Emboguaçu (banha a cidade na sua porção oeste), o rio Itiberê (banha a cidade de Paranaguá na sua parte sul e leste, separa a cidade da ilha dos Valadares), o rio dos Correias (banha a porção sul, sudeste e leste da ilha dos Valadares), e os rios mais distantes da cidade: rio dos Almeidas, Pequeno e Guaraguaçu (CANEPARO, 1999, p.101).

3.4 Aspectos históricos relevantes para o turismo em Paranaguá

O estudo da situação atual do turismo em Paranaguá passa pela observação dos fatos e acontecimentos que marcaram sua história. O que pode ser observado na cidade, em suas ruas e em suas edificações, são marcas deixadas pelo processo de desenvolvimento da sociedade parnanguara³ em meio a ocupações, conflitos sociais e movimentos políticos. Nos parágrafos

³ O termo *parnanguara* faz referência a quem é nascido em Paranaguá.

a seguir observam-se aqueles que, de maneira geral, contribuíram para criar o cenário urbano, histórico-cultural e turístico aqui estudado.

Muito antes da chegada dos colonizadores europeus, as terras onde hoje se encontra a cidade de Paranaguá abrigaram dois grupos étnicos. O primeiro, denominado Homem de Sambaqui, povo primitivo e de estrutura física muito forte, se alimentava dos mariscos ostras e outras especiarias encontradas nos mangues e baixios (BOUTIN, 1993, p.05). Atualmente, as marcas deixadas por esse povo podem ainda ser observadas nos chamados Sambaquis, nome dado aos montes de conchas encontrados em várias partes do litoral que são restos de utensílios de cozinha utilizados por eles quando se alimentavam de mariscos, comiam o marisco e lançavam a concha fora, amontoando-as.

O segundo grupo humano a se instalar na região foram os índios Tupi-guarani com o sub-grupo Carijó. Os carijós precederam os portugueses em muitos séculos, pelos quais, posteriormente, foram escravizados. Muitos indígenas foram exterminados por doenças trazidas da Europa, pois não tinham resistência física para a cura. Os sobreviventes foram finalmente miscigenados com os portugueses ou com os negros africanos, o que resultou na em parte numa etnia encontrada atualmente no litoral paranaense, os caiçaras, os quais ainda mantêm traços indígenas.

A partir de 1532 os portugueses iniciaram a colonização das terras brasileiras. Para isso, primeiramente, expulsaram os franceses que ameaçavam a sua soberania, e posteriormente trataram de explorar a costa fundando núcleos de povoamento. O passo seguinte foi dividir as terras em Capitânicas, que eram extensões de terras cedidas a quem pudesse cultivá-las (RAMOS, 1965, p. 35).

A ocupação na região iniciou-se em Superagui, ilha ao norte do litoral paranaense, penetrando a baía e estabelecendo-se nas ilhas da Cotinga. A colonização intensifica-se após a descoberta do ouro na região, para onde migram grandes números de habitantes vindos de Cananéia, São Vicente, Santos, São Paulo e até do Rio de Janeiro. No ano de 1617 chega a Paranaguá o filho de espanhóis Gabriel de Lara. Posteriormente nomeado capitão fundador e povoador pelo governador do Rio de Janeiro, em 1646, fez erguer o pelourinho (coluna de pedra que simbolizava a justiça e do poder real português) e dois anos depois a cidade já

elegia sua Câmara Municipal (WACHOWICZ, 1988). O pelourinho pode ser observado atualmente no Museu Histórico de Paranaguá.

Paranaguá passa a ter governo próprio e jurisdição sobre as terras da capitania em 29 de julho de 1648, quando recebe, através de Gabriel de Lara, o Farol de Vila, a data marca o aniversário da cidade. Paranaguá torna-se então ponto de irradiação e organização de Bandeiras de expedição (NASCIMENTO JÚNIOR, 1980, p. 46). Em 1688 fez erguer o Pelourinho no local onde surgiria a cidade de Curitiba, no planalto acima da Serra do Mar e também em São Francisco do Sul, hoje Santa Catarina.

Em 1718, Paranaguá passava por um processo lento de desenvolvimento, ainda era uma pequena vila e sua economia era pouco significativa. Nesse mesmo ano entrou na baía um galeão espanhol vindo do Chile. O navio tentava se esconder de uma fragata corsária (a mesma que em 1711 havia atacado e saqueado a cidade do Rio de Janeiro) que o perseguia desde alto mar, pois esses acreditavam que o galeão estava repleto de prata em direção a Espanha. A fragata esperou a noite para atacar, entretanto o mau tempo e a maré revolta o fizera naufragar. Alguns dos materiais, objetos e canhões retirados do navio do fundo do mar encontram-se no Museu Histórico, de Paranaguá.

Neste período, Portugal e Espanha ainda se desentendiam por questões de fronteiras na América, resultando na ocupação da ilha de Santa Catarina pelos espanhóis em 1777, fazendo com que as atenções do governo fossem voltadas à região, especialmente à Paranaguá pois era considerada a região mais importante ao norte da região ocupada pelos espanhóis (BOUTIN, 1993, p. 04). Determinou-se então fortificar a Baía de Paranaguá. As melhorias, realizadas para dar segurança contra possíveis invasões espanholas na região, estenderam-se por toda costa, entre vigias, trincheiras de defesa e um fortim de pedras com muro. A fortaleza da Ilha do Mel, um dos principais atrativos turísticos do litoral paranaense, também foi edificada no mesmo período.

Paranaguá exportava, naquela época, pelo porto do Rio Itiberê, na Rua da Praia, tábuas de peroba e de canela preta, extraídas de matas da região e erva-mate do planalto de Curitiba. Outro fator importante, o melhoramento das técnicas de beneficiar e embalar a erva-mate, fez surgir na região detentores de grandes fortunas os quais empregavam seu dinheiro na construção de belas mansões ao longo da orla de Paranaguá. Costa (1988, p. 123), comenta

que foi nas imediações da atual Igreja Matriz e da Fonte Velha onde o núcleo urbano estruturou-se, devido ao movimento das embarcações que ali aportavam. Posteriormente a expansão urbana atinge e concentra-se no espaço que hoje é conhecida como Rua General Carneiro, entre o Colégio dos Jesuítas e o antigo Largo do Estaleiro.

O Brasil, pressionado pelo Inglaterra, concordou em abolir o tráfico de escravos vindos da África, entretanto os traficantes continuaram o seu transporte e comércio clandestinamente e Paranaguá era um dos portos de desembarque. Em 1850, o parlamento inglês aprova a Lei Aberdeen, segundo a qual os navios ingleses podiam aprisionar os barcos negreiros, levando seus responsáveis a julgamento. No mesmo ano um cruzador inglês, o “Cormorant”, entrou na baía de Paranaguá e aprisionou alguns supostos navios-negreiros, e arbitrariamente fez afundar embarcações atracadas, o que causou revolta na cidade (FREITAS, 1993). Alguns jovens dirigiram-se ao forte da Ilha do Mel e convenceram o comandante a abrir fogo contra o Cormorant, o que foi feito no dia 1º de julho quando o navio saía em direção à barra.

A escravidão durou muito tempo no Brasil porque o império representava principalmente os interesses dos grandes latifundiários, uma questão não apenas social, mas principalmente econômica (CALDEIRA, 1995). Em Paranaguá não houve conseqüências econômicas muito negativas após a abolição da escravatura no Brasil, mesmo assim ainda desembarcavam escravos nas ilhas da baía, onde as autoridades não tinham condições de fazer o controle do tráfico. Os escravos contrabandeados eram vendidos no interior de São Paulo, onde as lavouras de café progrediam.

Como em todo o país, havia forte propaganda para a abolição e em favor das alforrias. Muitas pessoas não queriam perder o capital aplicado na compra dos escravos, no entanto, muitos outros concediam generosamente a liberdade aos escravos. Curiosamente, Dom Pedro II, quando em visita a cidade em 1880 entregou ao então barão de Nácar um conto e setenta mil réis para alforria de alguns de seus negros escravos (SANTOS, 2001). A conseqüência da escravidão em Paranaguá, assim como em grande parte do Brasil, foi a forte miscigenação racial, processo que já havia se iniciado há muito tempo e que ainda hoje marca a sociedade.

Em meados do século XIX o estado do Paraná passava por um período ajustamentos entre as comarcas que compunham a Capitania de São Paulo. A Capitania de São Paulo

compunha-se de seis comarcas. A 5ª comarca era a de Curitiba que abrangia todo atual Estado do Paraná e mais a região do Contestado, limitando-se ao sul e sudoeste com o Rio Grande do Sul. Havia interesse por parte dos parnanguaras e dos demais habitantes da 5ª comarca de separar as comarcas e formar uma nova Província, seria a Província de Curitiba.

Paranaguá era então a cidade mais importante do Paraná (WACHOWICZ, 1988) e esperava-se que naturalmente fosse escolhida como para ser a nova capital da Província do Paraná. Entretanto, o planalto demonstrava grande potencialidade econômica e havia a necessidade de expandir a ocupação da província rumo ao interior, fatores esses que definiram, ao contrário do que se esperava, através da Lei Imperial nº 704, a cidade de Curitiba para servir de capital, recebendo a incumbência de construir um sistema viário que interligasse a capital ao litoral a outras regiões (MORGENSTERN, 1981). Os parnanguaras ressentiram-se; por esse motivo não há na cidade nenhuma rua ou praça ou qualquer homenagem ao primeiro presidente da Província do Paraná.

O transporte de cargas e mercadorias entre o planalto e o litoral era feito por tropas de muares em caminhos estreitos através da Serra do Mar. Em 1872 foi concluído o antigo caminho da Serra da Graciosa. Já em 1885, a construção da Estrada de Ferro Curitiba-Paranaguá, nessa serra, abriu caminho para o escoamento regular do comércio existente entre o porto e a comunicação com o planalto, um passo decisivo para viabilizar a exportação de madeira paranaense, via porto.

Nessa época teve início a construção do novo porto de Paranaguá que delineou a expansão do setor urbano em direção a baía. As obras inicialmente foram retardadas pelas dificuldades decorrentes da Primeira Guerra Mundial sendo concluídas em 1930 e o porto inaugurado em 1935. O porto registra em sua história todas as passagens e saltos da economia do Paraná dos séculos XIX e XX.

Com a Proclamação da República os partidos políticos se adaptavam ao novo regime. Mas a necessidade de mudanças mais profundas levou alguns líderes à revolta que teve início no Rio Grande do Sul. Os revoltosos, conhecidos como Federalistas ou maragatos, tomaram esse estado e pretendiam ocupar o Paraná por três frentes: Tijucas, Lapa e Paranaguá (QUILOTE, 1989). Os federalistas ocuparam Paranaguá por três meses e sete dias quando se deu a revanche violenta por parte das forças legalistas, o que culminou com fuzilamentos à

beira de covas nos cemitérios da cidade e também de Curitiba, além de fuzilamentos no quilômetro 65 da Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba, entre os fuzilados estava o Barão de Serro Azul (Idelfonso Pereira Correia).

Pode-se observar que a história de Paranaguá está intimamente ligada com a história do Estado do Paraná e reproduz as principais características e marcas encontradas na história do Brasil. Sendo assim, todo o conjunto de palácios e edificações antigas, ruas, museus, monumentos, mercados e igrejas, que formam parte significativa do patrimônio histórico de Paranaguá podem constituir-se em elementos de atratividade turística para a cidade.

3.5 Identificação dos recursos e atrativos existentes

3.5.1 Recursos naturais

3.5.1.1 Serra do Mar

Localizada entre o primeiro planalto e o litoral, possui aproximadamente 500.000 hectares, clima úmido pluvial tropical, temperatura média de 20°, pluviosidade de 3.716 mm anual e relevo montanhoso e escarpado.

Sendo a porção mais conservada da mata atlântica no Brasil, e a mais protegida do Paraná, possui também 72% do número de espécies que ocorrem no estado. Abriga mais de 2.500 espécies florestais, além de diversos animais ameaçados de extinção tais como: a onça pintada, a anta, o gavião pega-macaco, a jacutinga e o macuco. Em 1991 a UNESCO declarou a Serra do Mar como Reserva da Biosfera, elevando sua importância em nível mundial.

Encontra-se aí a “Área Especial de Importância Turística – AEIT” com 66.732 hectares de uso regulamentado e um plano de gerenciamento. Esse local representa uma valiosa opção para o lazer e o turismo; para o contato direto do homem com a natureza; para a perpetuação de espécies da fauna e da flora, além de regular o clima, filtrar o ar, fornecer água potável e garantir qualidade de vida. O Pico Paraná é o mais alto do sul do Brasil, com 1.922 metros e o Pico Marumbi, com 1.539 metros é o mais procurado para a prática do montanhismo e turismo de aventura.

Atravessando a Serra do Mar, existem caminhos históricos que se destacam pela beleza cênica como o caminho do Itupava e o da Graciosa, construídos a mais de 300 anos (SEMA/ IAP).

3.5.1.2 Costas ou Litoral

Com o desmembramento de Pontal do Paraná de Paranaguá, as praias de Barrancos, Shangri-lá, Grajaú, Ipanema, Itapuã, Atlântico, Santa Terezinha, Canoas e Praia de Leste passaram a pertencer a Pontal do Paraná, enquanto que a Paranaguá somente restaram as praias da Ilha do Mel a 15 milhas (aproximadamente 2 horas de barco). A Ilha do Mel é composta por mais de dez praias, sendo que a maior é a do Farol com 4 km, em seguida a do Forte com 3,2 km, com trechos praticamente desabitados, onde podem ser observados botos, aves e a exuberante vegetação. As Praias de Fora, Grande e a do Miguel possuem menor porte, mas um cenário que mistura morros, praias, trilhas. Existem também a praia do Limoeiro, onde podem ser observados caranguejos, mangues e as praias do Cedro e Prainha.

Além das praias os manguezais são característicos de todo litoral paranaense, inclusive em Paranaguá onde são encontrados em toda a extensão da baía, e sua vegetação serve como matéria prima para o artesanato e para cultivos marinhos, como ostras e caranguejos.

3.5.2 Edificações históricas

3.5.2.1 Monumentos e arquitetura civil

Os recursos culturais na cidade de Paranaguá, merecem destaque especial devido a sua diversidade e riqueza cultural. O Centro Histórico reúne as principais edificações históricas da cidade, dentre eles os casarios, museus e monumentos representativos. Além disso, esse local da cidade representa os principais elementos intangíveis da cultura popular da cidade. Os principais atrativos e recursos estão abaixo evidenciados – em anexo será apresentada documentação fotográfica de cunho ilustrativo elaborada pelo autor.

Casa da Cultura Monsenhor Celso e Casa da Música Brasília Itiberê

O conjunto arquitetônico frente à Catedral guarda ainda várias construções de alto valor histórico. São ao todo três casas térreas e dois sobrados que mantiveram suas características, apesar das inúmeras reformas que sofreram.

A casa, uma construção do século XVIII (Figura 1 em anexo), destinava-se a fins comerciais (parte da frente) e residenciais (fundos). Estavam em ruínas e dela somente restavam as paredes externas quando foram iniciadas as obras de restauração pelo Departamento de Patrimônio Histórico e Artístico, tendo sido tombada pelo mesmo em 1964. Hoje abriga a Casa da Cultura de Paranaguá.

Fonte Velha

Também é conhecida como Fontinha ou Fonte de Cima e sua construção remonta ao século XVII, tendo abastecido a cidade até 1914 (FREITAS, 1993). Quando os primeiros moradores da Ilha da Cotinga passaram para o continente procuraram logo um olho d'água para se estabelecerem. O local era um estaleiro que enchia como fluxo da maré formando um pequeno lago artificial, onde os índios costumavam pegar pequenos peixes, o que eles chamavam de “camboar”.

Com o aumento da população branca, em 1655, fez-se necessário limpar o caminho que leva à “Camboa”, dando origem à rua da fonte, atual Conselheiro Sinimbu. No ano seguinte, a fim de suprir a população, iniciou-se a construção do reservatório, fechado em abóbada e alongado em galeria para proteger o veio d’ água. A obra ficou pronta em 1658.

Em 1714 a fonte ganhou um frontispício com paredões baixos que a contornavam completamente. Em 1859 foi construído o chafariz com duas torneiras grandes de cobre, as quais não existem mais. Foi tombada pelo Patrimônio Histórico e Artístico do Paraná em 1964.

Mercado Municipal do Café

Construído no fim do século passado, caracteriza-se por um misto de *art-nouveau* com classicismo (Figura 2 em anexo), todo em ferro fundido trabalhado em arcos e rendilhados, era um ponto de encontro para a degustação do café, que era servido com especiarias da região. Atualmente, constitui-se em um conjunto de restaurantes e cafés com características peculiares, onde se podem degustar pratos típicos regionais.

Mercado do Artesanato

Construção de estilo neo-renascentista, era o antigo mercado de peixes da cidade e foi recuperado para servir como ponto de venda do artesanato típico da região, função que é exercida atualmente (Figura 3 em anexo).

Palácio São José

Antigo colégio dirigido por irmãs de caridade, instalou-se em Paranaguá no ano de 1903, e em 1978 o prédio foi adquirido pela municipalidade e passou a ser sede da Prefeitura,

com sua inauguração no dia do aniversário da cidade, 29 de julho de 1980 (MARCHETTE, 1999).

Palácio Visconde de Nacar

Construído por volta de 1840, com características neoclássicas, destinava-se a ser a sede do Governo da Província do Paraná. O seu proprietário, Comendador Manuel Antônio Guimarães, mais tarde Barão e Visconde de Nacar, tinha a pretensão de tornar-se o primeiro governador da província por ser de Paranaguá, na época, a cidade mais importante que a escolhida Curitiba, mas acabou tendo sua expectativa frustrada. Apesar disso, essa construção marcada como símbolo de uma época de aristocracia e nobreza local. Já foi sede da Prefeitura Municipal, atualmente abriga a Câmara Municipal.

Estação Ferroviária

Ainda em funcionamento é o ponto inicial da Estrada de Ferro Paranaguá – Curitiba, obra iniciada no dia 5 de junho de 1880, data em que foi lançada a pedra fundamental, na presença de D. Pedro II e da Imperatriz do Brasil. Foi inaugurada em 1885 pela Princesa Izabel. Reconhecidamente uma das maiores obras de engenharia ferroviária do mundo. Em seu trajeto para vencer a Serra do Mar e chegar ao planalto, serpenteia por abismos e penhascos. Foi concluída por Teixeira Soares, jovem engenheiro Brasileiro, com apenas 33 anos de idade, depois que seu construtor, Giuseppe Ferrucini desistiu da obra no km 45, julgando-a impossível de ser construída.

Rua da Praia

Tem como nome oficial Rua Gal. Carneiro – Centro Histórico. Em paralelo com a margem esquerda do rio Itiberê (Figura 4 em anexo). Local onde se encontra a maior concentração de sobrados coloniais, testemunhos fiéis de todo passado parnanguara. Estes seculares casarios mostram ainda linhas e formas de colonização portuguesa, merecendo destaque a Praça Newton D. de Souza, com seu mural sacro de São Francisco das Chagas, do artista local Emir Roth, representando os ciclos econômicos do município. A paisagem noturna aliada à iluminação urbana de época cria um clima nostálgico próprio para passeios noturnos.

Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá – MAEP

Abriga o antigo Colégio dos Jesuítas. Com a chegada dos padres Antônio da Cruz e Tomás de Aquino, em 1708, foi fundada a “Casa Escolar”, onde começaram a ministrar aulas muito tempo antes de o colégio ficar pronto. Em 1709 a construção foi paralisada por não ter consentimento real e só em 1740 foi retomada. Em 1754 foram inaugurados os serviços religiosos na Capela, e no ano seguinte, houve a inauguração oficial do Colégio. Com a expulsão dos jesuítas do Brasil, em 1759, através da Lei Pombalina, a Junta da Fazenda manteve na Igreja do Colégio de Paranaguá um capelão com o objetivo de conservar o local. Assim foi até 1821, quando a mesma junta determinou que a tropa ali se aquartelasse. Em 1835 o edifício já pertencia à Real Fazenda, mas encontrava-se em ruínas, e em 1840 começa a restauração do colégio. A construção, de planta retangular, ocupa $\frac{3}{4}$ (três quartos) de uma quadra na atual Rua XV de Novembro, antiga Rua da Ordem. Inteiramente construído de alvenaria em pedra – argamassa, tem sua fachada principal voltada para o rio Itiberê.

Atualmente abriga o Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá, inaugurado em julho de 1962, através de um convênio entre a Universidade Federal do Paraná e o Instituto de Proteção do Patrimônio histórico e Artístico Nacional, sendo considerado um dos mais importantes do Brasil.

Hoje, o MAEP (Figura 5 e 6 em anexo), pelo valor do seu acervo, beleza arquitetônica, e pela construção histórica constitui-se em uma das principais atrações histórico - culturais da

cidade. Exposição frequentes como “O Saber e o Fazer do Homem do Litoral” descrevem o modo de vida e a tecnologia dos indígenas e dos caboclos desde a pré-história até os dias atuais, com ênfase na dieta alimentar e nos avanços dos usos de matérias-primas.

Além das instalações destinadas às exposições permanentes, há uma sala para exposições temporárias; um auditório e uma sala pedagógica, que tem o objetivo de aproximar a população parnanguara do museu, sendo mais um espaço para o desenvolvimento de atividades culturais e comunitárias. O Museu foi tombado em 1938 pelo Patrimônio Histórico e Artístico Nacional e Estadual em 1972.

Museu do Instituto Histórico e Geográfico de Paranaguá

Fundado em 26 de setembro 1931 (Figura 7 em anexo), seu acervo contém jornais, porcelanas, armas, moedas, instrumentos de trabalho dos séculos XVII e XVIII, além de inúmeras telas pintadas a óleo, retratando pessoas proeminentes da época. Deste acervo destacam-se a imagem de Nossa Sra. das Vitórias e o canhão do carsário francês que naufragou na ilha da Cotonga em 1718, cuja descoberta foi em 1963 por membros da Sociedade Geográfica Brasileira. No local funciona também o Centro de Letras “Leônicio Correia”.

3.5.2.2 Arquitetura religiosa

Igreja de Nossa Sra. do Rosário – Catedral

De acordo com MARCHETTE (1999, p. 31) a Igreja Matriz (Figura 8 em anexo) foi a primeira construída em solo paranaense no período entre 1575 – 1578, e a primeira dedicada a Nossa Sra. do Rosário no Brasil. Tanto a Igreja, como a imagem de Nossa Sra. do Rosário, são monumentos tombados pelo Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Desde 1578, Nossa Sra. do Rosário é a Padroeira Perpétua de Paranaguá.

Igreja de Nossa Sra. do Rocio

O Santuário da Padroeira do Paraná foi construído em 1813 (MARCHETTE, 1999). Atualmente reformado e adaptado aos novos tempos, recebe anualmente milhares de fiéis que dão continuidade à devoção de quase três séculos.

Igreja de São Benedito

Construída em 1784 por uma irmandade de escravos e considerada das melhores e mais autênticas edificações populares no estilo colonial brasileiro (MARCHETTE, 1999). Tombada pelo Patrimônio Histórico e Artístico Nacional em 1962 e totalmente restaurada em 1967, registra em seu interior magnífico acervo sacro.

Teatro da Ordem

Na antiga Igreja da Ordem Terceira de São Francisco de Chagas. Obra religiosa do período colonial brasileiro iniciada em 1770 e concluída em 1784. Sua arquitetura é barroca toda em pedras e em obras de cantaria, simples nas suas linhas e sem ricas decorações. O templo foi tombado em 1962 pelo Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, mas um incêndio deixou a sacristia e a capela-mor bastante danificadas, destruindo inclusive os poucos móveis antigos que ainda possuía. Foi reformada para abrigar exposições de cunho cultural e artístico e apresentações de corais de música sacra e peças teatrais.

3.5.2.3 Arquitetura militar

Fortaleza Nossa Senhora dos Prazeres

É o único monumento militar do século XVIII existente no Paraná, a Fortaleza Nossa Senhora dos Prazeres, instalada nos contrafortes do Morro da Baleia, hoje Morro da Fortaleza, foi construída entre os anos de 1767 e 1770, a mando de Dom José I, rei de Portugal, com a participação da Vila de Paranaguá (MARCHETTE, 1999). O objetivo era defender a Baía de Paranaguá dos ataques dos piratas espanhóis.

Sua importância estratégica durou 21 anos. Em 1791 suas peças de artilharia foram transferidas para a Fortaleza da Barra, em Santos – SP. A posição de defesa só foi retomada novamente em 1850, sob o comando do capitão Joaquim Ferreira Barbosa, na tentativa de impedir o tráfico de escravos africanos. A equipe que lutou contra o navio inglês *Cormorant* obteve sucesso. Foi o último combate da Fortaleza, caindo depois em completo esquecimento.

Em 1985 iniciaram-se os trabalhos de restauração da casa de guarnição, o que permitiu a presença de um efetivo do Batalhão da Polícia Florestal nas instalações do Forte. As obras de restauro se estenderam ao longo de dez anos, com algumas interrupções. Em 1995, com recursos do Banco Mundial, através do Programa Nacional do Meio Ambiente, a Fortaleza voltou a ser um monumento arquitetônico digno de visitação. Suas ruínas se transformaram em estruturas adaptadas para funcionar como centro de eventos, de educação ambiental e pesquisa.

3.5.3 Representações intangíveis da cultura popular

Os estudos de Vicente Nascimento Júnior e Antonio Vieira do Santos se constituem em importantes fontes de pesquisa para evidenciar o conhecimento popular encontrado na história de Paranaguá. Ambos os historiadores, que se dedicaram não só à pesquisa das

características históricas de Paranaguá, mas também de toda a região litorânea, são auxiliados, neste estudo, por outros autores como Langowski (1973), Westphalen e Cardoso (1986).

3.5.3.1 Contos e lendas

Paranaguá conta com grande acervo de contos, lendas e histórias marcantes que retratam não apenas o conhecimento popular proveniente das crenças e mitos, mas também provenientes dos acontecimentos reais que marcaram fortemente a história da cidade. Abaixo estão relacionados os principais fatos históricos, contos e lendas que podem ser utilizados como fonte de informação para o desenvolvimento de atividades voltadas ao turismo.

Nomeação das Ruas

Pode-se considerar que a cidade de Paranaguá foi fértil na nominação de suas ruas. É interessante observar que em muitos casos a tradição conserva os nomes antigos conhecidos pelo entendimento popular, apesar de as placas com as modernas denominações que lembram nomes ilustres, mas sem reflexo na compreensão popular. Além disso, fatos curiosos e principalmente de valor histórico estão relacionados à indicação dos nomes das ruas. Alguns exemplos estão abaixo evidenciados, os quais estão baseados nos escritos de Nascimento Júnior (1980, p. 194).

- Para a maior parte da população, a rua Vieira dos Santos é ainda a rua do Fogo, assim chamada, antigamente, não por memória de algum incêndio, mas por ter sido, nos tempos coloniais, a rua da bagunça, algazarra e da prostituição.
- A rua da Praia é ainda assim popularmente chamada apesar de rebatizada há mais de trinta anos com o nome do heróico General Carneiro. Um trecho desta rua, do Mercado para cima, tem tido sucessivas denominações: José do Patrocínio, de 1889 a 1900, depois, Luis Xavier e atualmente, João Estevão.

- Eufrásio Correia, filho do eminente estadista e parlamentar parnanguara, Manuel Eufrásio Correia, falecido como presidente de Pernambuco, não tem o seu nome ligado a nenhuma das ruas da cidade. Entretanto, por ter feito parte do episódio conhecido como o Alto da Independência, em Niterói, tem o seu nome dado a uma praça, a do antigo Alto da Independência, mas se hoje se perguntar a um homem do povo onde fica situada, provavelmente não saberá dizer, porque se habituou a designá-la pelo nome de praça dos Leões, aludindo aos quatro leões que ornamentam a escada de acesso à rua Júlia da Costa.
- No período colonial e até ao 1.º Império, parte da rua 15 de novembro, tinha o nome de rua do Colégio, no pequeno trecho entre a 13 de maio e o fim, na rua do Rosário. Assim a designavam, por defrontar com o velho casarão onde os Jesuítas tiveram suas escolas.

Assim como nesses exemplos, existem em Paranaguá muitas outras histórias relativas à nomeação das ruas e a construção dos casarões do Centro Histórico, as quais se constituem em fontes de curiosas informações sobre a formação urbana e social do município.

A visita do Bispo D. Mateus a Paranaguá

De acordo com Santos (2001, p. 230), até 1798, nenhum clérigo da igreja havia visitado o Paraná, porque até essa época, o bispado do Rio de Janeiro não se arriscavam em enviar seus representantes aos incômodos duma viagem através das serras que cortavam o território sul da Capitania de São Paulo. A visita do clérigo foi marcada por um episódio enérgico no qual D. Mateus chegou a ameaçar de excomunhão e de multa de oito mil réis ao provedor e tesoureiro que havia emprestado a juros à Irmandade do Sacramento, então riquíssima, grande quantidade de paramentos para a realização dos festejos da recepção do próprio bispo. O acontecido lembra o episódio evangélico no qual Jesus expulsou cambistas do Templo.

O “Mandinga”

Considera-se que até hoje não houve pessoa que excedesse o "Mandinga", como era conhecido João Batista Ferreira, no zelo pelo patrimônio público, isto é, pela ordem, asseio e decência da cidade a qual havia sido entregue aos seus cuidados. Nascimento Júnior ajuda a descrever como agia esse homem:

À noite, ao sair, insinuava-se o mais possível nas sombras que a luz fraca dos poucos lampiões da iluminação pública permitia não transigindo com coisa que representasse alteração, por mínima que fosse, na ordem estabelecida, e branco, mulato ou preto, fosse quem fosse, teria de haver-se com os beaguins da Polícia se o "Mandinga" o apanhasse em falta (1980, p. 203).

Naquele tempo havia a proibição de ruídos prejudiciais ao sossego público após o toque de silêncio no campanário da Cadeia velha, edifício colonial construído nos fins do século XVIII. Às 10 horas da noite, precisamente, começava o sino da Cadeia a badalar, avisando ao público ter chegado à hora do silêncio, que os fogos deveriam ser apagados e que as portas deveriam ser trancadas. A população passou a chamar essa prática de "toque do Aragão", em lembrança a um famoso chefe de polícia do Rio de Janeiro colonial, que o instituía. Após esse sinal, saía o "Mandinga" a percorrer a cidade a passos firmes e atentos.

Mesmo quando o "Mandinga" caía enfermo e não podia locomover-se com as próprias pernas, mandava que o montassem num cavalo e ia percorrer as ruas no exercício das suas funções, até que a 3 de outubro de 1862 veio a falecer em um dos leitos da Santa Casa de Misericórdia.

O caso de Camilo Gofredo

Em 1864, quando deflagrou a guerra da tríplice aliança (Brasil, Argentina e Uruguai) contra a ditadura paraguaia de Solano Lopes, ninguém admitiria a possibilidade da infiltração de uma espionagem inimiga em nosso país. Entretanto, ela houve, mas discretamente, representada por um indivíduo de nome Camilo Gofredo ou Godofredo, de nacionalidade italiana, ou paraguaio de origem italiana.

Gofredo andou em Paranaguá e no litoral naquela época, com toda a aparência de um turista com muitos recursos, visitando as localidades da costa, pouco comunicativo. Detia-se

muito no ouvir, apresentando o aspecto de inofensivo viajante, dizendo-se Coronel, em certos períodos desaparecia, quando ia a Montevideu, e, dali enviava para Assunção, por intermédio da Legação Paraguaia, o resultado de suas atividades.

Como observou Nascimento Júnior (1980, p. 220), Gofredo não inspirava nenhuma suspeita até o momento em que o Marques de Olinda, ministro do Império, em ofício reservado em setembro de 1865 ao presidente do Paraná, mandou vigiar o misterioso indivíduo e instaurar-lhe o processo. Tratava-se de um espião paraguaio, e o fato de haver concentrado a sua atenção na costa meridional do Brasil, revelava o plano de ditador Solano Lopes, de desmembrar o Império Brasileiro e anexar as províncias, expandindo o Paraguai até a costa atlântica para transformá-la em potência marítima.

Os contos e episódios relatados acima constituem-se em parte de um conjunto de memórias de grande valor cultural, sendo que outros episódios e lendas podem ser evidenciados quando se observa a história e o imaginário do povo parnanguara como **“O episódio da visita Imperial”, “A tragédia do navio Wintorp”, “A lenda do pirata Zulmiro”, “A casa baleada”, “A lenda do Lobisomem” e “O pinheiro do Imperador”**.

3.5.3.2 Influência religiosa

Desde os primórdios da colonização se fez sentir na formação moral dos habitantes do litoral paranaense a influência do Catolicismo, cabendo aos jesuítas a primazia na catequese dos Carijós. O estudo sobre a história da cidade de Paranaguá e a formação religiosa dos seus habitantes através do tempo pode ser encontrado nos estudos de Nascimento Júnior, historiador dedicado aos estudos do litoral paranaense. O contexto mencionado a seguir é baseado em seus estudos (1980, p. 168).

O início da evangelização ocorreu quando os padres jesuítas Pedro Corrêa e João de Souza passaram pela região do litoral. Estes missionários foram posteriormente assassinados, mas teriam deixado aqui a semente do Evangelho. Antes, porém, desse martírio (1554) já teria esta região recebido a visita e a ação catequizadora da famosa Companhia de Jesus, onde dois jesuítas faziam o trabalho de evangelização.

Pelo que foi citado acima, se pode constatar a antigüidade da atividade catequista ao sul de S. Vicente e Cananéia, com origem provável no meio do século XVI, que influenciou para a ereção do primeiro templo à margem esquerda do Taquaré em 1578 (Ibid. p. 168).

As incursões provenientes da Capitania de S. Vicente para as outras capitanias ao sul foram diversas e cada incursão era sempre acompanhada dum padre. Embora de passagem, acredita-se que eles prestassem assistência religiosa aos brancos localizados na ilha da Cotonga e aos outros já dispersos pela terra firme.

Corroborando as observações de Nascimento Júnior, pode ser observado nos relatos de Westphalen e Cardoso (1986, p. 34) que no início do século XVII, a vida religiosa já se manifestava mais ou menos intensa. Em 1619, 29 anos antes da ereção de Paranaguá em Vila, aparecera o primeiro local destinado ao culto católico – a Irmandade de Nossa Senhora do Rosário, mas sem aprovação canônica, somente obtida um século depois por autorização do bispo do Rio de Janeiro, frei Antônio de Guadalupe. Essa demora não impediu a Irmandade, de receber a bênção em 1706, do próprio Papa Clemente XI, concedendo à mesma um jubileu perpétuo. A esta se seguiram outras Irmandades, com origem nos séculos XVII e XVIII, sendo estas a do S.S. Sacramento, de São Benedito, do Bom Jesus dos Perdões, de Santo Antônio, S. Miguel e Almas (Ibid. p. 169). A mais nova, a de Nossa Senhora do Rocio, é do século XIX, sendo esta, a de Nossa Senhora do Rosário e a de São Benedito as únicas sobreviventes atualmente.

Na primeira metade do século XVII, outro elemento de conversão moral e religiosa esteve na região, na pessoa da beata Joana Gomes Gusmão, chamada a "mulher santa" por sua vida considerada exemplar, de renúncia e sacrifício. Vinda a pé de Santa Catarina, em 1745, para professar na Ordem III de São Francisco das Chagas, essa mulher demorou meses nesta então Vila, pregando com a palavra e o exemplo a conversão dos pecadores.

Franciscanos e Carmelitas também atuaram na cidade, mas poucos vestígios deixaram do seu afã evangélico, cabendo aos Jesuítas a quase totalidade do esforço missionário. Em 1755 veio a lei de expulsão da Companhia de Jesus. O campo missionário ficou abandonado, cessando com os trabalhos de catequese dos indígenas a própria instrução elementar que aqueles padres ministravam às crianças sem distinção racial, ao passo que nas poucas escolas

mantidas pelo tesouro público o ensino era dado somente aos brancos, delas excluídos índios e negros.

Como relata Nascimento Júnior, daí em diante a vida religiosa cifrou-se tão somente na “transcorrência natural das práticas litúrgicas” (Ibid. p. 170) dentro da esfera puramente paroquial. Festas e devoções vulgares, sob a direção de párocos não-regulares da comunidade, na quase totalidade dos casos eram concentrados na vila e nas capelas do povoado, sem o significado social que distinguiu o trabalho dos padres das Ordens regulares que ali atuaram, desde meados do século XVI.

3.5.3.3 Gastronomia

O Barreado

Um exemplo da culinária da região Leste do Estado do Paraná é o Barreado. Trata-se de prato típico paranaense com origem nos sítios dos pescadores do litoral composto basicamente por carne, toucinho e temperos. Em Paranaguá, Guaraqueçaba, Antonina, Morretes e Guaratuba é preparado há mais ou menos três séculos.

De acordo com Langowski (1973), contavam os antigos que os primeiros filhos de índias com portugueses (mamelucos e depois caboclos), quando vinham a vila trazer os produtos da lavoura de seus patrões, aí ficavam para almoçar, comendo na cozinha; ao provar o "guisado" comum feito em casa, gostaram tanto que resolveram preparar esse prato no sítio em que viviam; de acordo com suas posses. Compravam então a carne de peito (a mais barata) e cozinhavam com toucinho e todos os temperos que conheciam; isso por várias horas, a fim de amolecer bem a carne.

Porém, como o cozido secava depressa, devido o vapor que saía, tamparam a panela e passaram uma massa feita de farinha de mandioca com água ao redor, para não mais escapar o vapor. Deu certo a idéia que tiveram. Todavia, só faziam esse cozido pelo Carnaval e durante o ano comiam apenas peixe com farinha, como faziam seus antepassados.

Como gostavam de dançar o fandango nos quatro dias de Carnaval, preparavam o tal prato para comer durante essas quatro noites, tomando sempre com cachaça. Lira (1951) descreve o prato da seguinte forma:

A carne fica tão cozida que se desfia à toa, tomando o aspecto de um pirão. Conta-se que, no litoral, os caboclos que se alimentam somente de peixe, abusam do barreado no carnaval e morrem de estupor, com o ventre inchado e empedrado. Manda a tradição que não se beba água, nem durante a ingestão do barreado nem mesmo até duas horas depois da refeição. A única bebida permitida é a cachaça. O barreado é comido com acompanhamento de banana e farinha de goma (p. 164).

Esse hábito tornou-se tradicional através dos anos. Por fim, veio para a vila, mas com o nome de "barreado", assim chamado porque barreavam a panela de barro com a tal massa de farinha com água fria.

3.5.3.4 Festejos

São realizadas em Paranaguá festejos e eventos durante quase todos os meses do ano. Abaixo são destacados os principais eventos (PARANAGUÁ, 2006):

Festa de Nossa Senhora dos Navegantes

Festa religiosa, com novenas, procissão, queima de fogos e com barracas de comidas típicas e shows com artistas. Realizada na 2ª quinzena de janeiro.

Carnaval

Desfile de escolas de samba e blocos carnavalescos. Banho à fantasia no rio Itiberê e tradicionais bailes animados por bandas, embalando milhares de foliões

Páscoa e encenação da Paixão de Cristo

Na praça de eventos, durante a Semana Santa acontece ao ar livre, a encenação retratando a vida, paixão, morte e ressurreição de Jesus Cristo.

Festa Junina de Paranaguá – FEJUPA

Entidades filantrópicas comercializam comidas e bebidas típicas, com várias atrações como o concurso de sinhazinha, apresentação de quadrilhas e shows musicais. Realizada na praça de eventos na 2ª Quinzena do mês de junho.

Festa da Tainha

Realizada no dia 29 de junho, dia do Pescador, tem como objetivo a confraternização dos pescadores, onde se realizam regatas à remo, motor e vela, shows e a venda da tradicional tainha recheada, frita e assada, além de variados frutos do mar.

Comemorações do Aniversário de Paranaguá

Durante a 2ª quinzena do mês de julho a programação inclui: Semana da Cultura - Feira das Nações - Festival da Canção - Festival de Teatro do Litoral - Exposição de

Pinturas - Shows Musicais - Lançamentos de Livros de autores Locais - Competições Esportivas - Bailes - Show de Fogos de Artifício e Desfile Cívico.

Salão de Artes Plásticas de Paranaguá

Evento de âmbito internacional, de Arte Contemporânea, aberto a artistas plásticos brasileiros e de países do Mercosul, visa estimular o surgimento de novos valores e a divulgação dos trabalhos de artistas plásticos renomados. Tem início em julho e termina em final de agosto.

Festa de Nossa Senhora do Rosário

Tem início em final de setembro e é realizada em homenagem à Padroeira do Município. Composta de novenas, procissão pelas ruas da cidade, barracas de comidas típicas e shows com artistas locais.

Festa de Nossa Senhora do Rocio

Padroeira do Estado do Paraná, o evento conta com novenas, procissão, missa campal, mercado popular, mercado de artesanato, barracas de comidas típicas, diversões, shows artísticos e de fogos.

3.5.3.5 Artesanato

Em Paranaguá cerca de 900 pessoas que fazem trabalhos manuais estão filiadas a Associação dos Artesãos do Litoral, com sede em Paranaguá (PARANAGUÁ, 2006).

O trabalho tem apoio das secretarias municipais da Criança e Meio-Ambiente e Sebrae-Pr. Em Paranaguá o artesanato tem local específico para ficar exposto. É na Praça dos Leões, em frente a prefeitura durante a semana. Aos sábados e domingos os produtos vão para a Praça de Eventos 29 de Julho.

Entre as pessoas que ajudam a divulgar a cidade com seu artesanato está a Senhora Romão da Costa, 89 anos, única ceramista rústica do Brasil. Em seu trabalho ela usa ferramentas rudimentares e ainda hoje, anda pela Ilha dos Valadares nas encostas dos mangues em busca de matéria-prima para seu trabalho. O artesanato paranaguara pode ser considerado rico em detalhes e variedades de peças. Cipó e a taquara - muito utilizado pelos índios da Ilha da Cotinga - fibra de bananeira e cacheta (para entalhar pequenos objetos como canoas e colheres de pau) são algumas matérias-primas utilizadas na confecção das peças.

Por fim, considera-se que o conjunto arquitetônico da cidade aliado aos elementos da cultura popular podem ser avaliados como recursos de grande potencial para o desenvolvimento do turismo em Paranaguá. Esses atrativos se constituem em parte integrante de um patrimônio cultural que representa a história não apenas do povo de Paranaguá ou do litoral do Estado, mas de parte da história do Brasil.

4. PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Faz-se aqui um entreposto entre as considerações teóricas expostas até o momento e as análises que serão demonstradas na seqüência deste estudo. Este momento faz-se necessário para que se tenha a real percepção dos métodos utilizados no levantamento das informações que farão parte das análises finais.

4.1 Apontamentos sobre as informações disponíveis e análise dos dados

Os aspectos metodológicos norteadores desta pesquisa foram escolhidos e abordados de acordo com critérios que pudessem atingir os objetivos propostos inicialmente, considerando a necessidade de conduzir de maneira mais segura a realização da análise dos dados e das propostas e sugestões que são encontradas nos últimos capítulos.

Foram utilizados os princípios da pesquisa qualitativa que possibilita a escolha de métodos de coletas de dados e fontes de informação que maximizem os índices de confiabilidade para o estudo analítico, extraindo da realidade estudada apenas os elementos necessários para essa análise. De acordo com Richardson (1999, p. 79), a pesquisa qualitativa justifica-se, sobretudo, por ser “uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social”, ou seja, neste caso funciona como instrumento de análise do fenômeno que envolve o desenvolvimento do turismo em Paranaguá.

O estudo também pode ser classificado como uma pesquisa de natureza exploratório-descritiva, pois além de se concentrar na composição de uma visão geral do problema estudado, tornando-o mais compreensível, os resultados e análises possibilitaram a descrição de suas principais características. De acordo com Gil (1994, p. 45), a união dessas tipologias

num mesmo plano de pesquisa é possível, pois existem pesquisas que “embora definidas como descritivas a partir de seus objetivos, acabam servindo mais para proporcionar uma nova visão do problema, o que as aproxima das pesquisas exploratórias”. Não se pode esquecer, no entanto, que o processo de descrição e, principalmente, de compreensão do problema estudado envolve a análise do mesmo, como realizado nesse trabalho.

Vários foram os autores que contribuíram sobremaneira para elucidar os principais aspectos teóricos apresentados neste estudo, entretanto, alguns merecem destaque especial. Dentre eles se encontram Trigo (2001), Krippendorf (2000) e Canclini (1999) que auxiliaram nas reflexões sobre o desenvolvimento do turismo na sociedade moderna, Cooper (2001) e Sachs (1993) sobre os impactos e as possibilidades de um turismo sustentável, Molina e Rodriguez (2001) e Valls (1996) sobre o planejamento integral do turismo, Forrester (1975), Castrogiovanni (1999) e Gândara (2001, 2003 e 2004) sobre as relações do turismo com o ambiente urbano, Ashworth e Tunbridge (1990) sobre o uso das representações culturais na atividade turística e Sainz de Vicuña (1999) sobre as formas de análise e diagnóstico do turismo como uma abordagem metodológica.

A estrutura metodológica está ordenada de forma a proporcionar o entendimento sobre as características fundamentais que envolvem o turismo em Paranaguá, sendo assim, destacou-se num primeiro momento:

- A fundamentação teórica e acadêmica acerca dos temas que envolvem o estudo (Capítulo 2).
- Os principais aspectos sociais, ambientais, econômicos e históricos da cidade (Capítulo 3).
- Os recursos naturais, urbanos e históricos existentes (Capítulo 3).

No início do Capítulo 5 se encontram as informações que permitiram realizar a **análise** do desenvolvimento do turismo em Paranaguá, as quais se constituem de:

- Apontamentos sobre as condições atuais de desenvolvimento de Paranaguá como um destino turístico, utilizando-se para isso de informações sobre a demanda, o

mercado, o meio ambiente e a infra-estrutura urbana e as ações realizadas públicas no setor histórico.

Ao final desse capítulo, tais informações foram sintetizadas e organizadas nos quadros DAFO conforme indica a metodologia aqui utilizada – como explicado logo a seguir. A fase final é composta pelas últimas considerações acerca do problema estudado e algumas propostas que podem contribuir para melhorias nas condições de desenvolvimento do turismo na cidade.

Entende-se que a obtenção de uma visão ampla, mas segura sobre a realidade dos fatos e fatores relativos ao desenvolvimento do turismo no local só seriam alcançados através de uma metodologia que pudesse extrair da realidade um conjunto de informações inter-relacionadas à atividade turística que resultariam numa análise integrada do problema estudado. Sendo assim, para a seleção dos fatores mais significativos que possibilitariam alcançar os objetivos propostos, foi utilizado o método de análise apontado por Sainz de Vicuña (1999), cuja abordagem teórica foi abordada no Capítulo 2, no item 2.7.2.

É válido mencionar ainda que a metodologia DAFO foi utilizada como instrumento de exame da situação em outro destino turístico, quando Avila (2004) analisou o ócio ativo como um fator de atratividade na cidade de Florianópolis, no Estado de Santa Catarina.

Resumidamente, para essa metodologia seguem-se os seguintes passos:

1. Levantamento e listagem das informações necessárias
2. Composição dos quadros de Oportunidades e Ameaças
3. Composição dos quadros de Fortalezas e Debilidades
4. Composição da matriz de avaliação estratégica
5. Análise do DAFO

Dentro desses passos, destaca-se que as informações para a composição dos quadros do DAFO, referentes ao passo 1, foram obtidas através de fontes secundárias, pois, como observa Samara e Barros (2002, p. 29), uma característica marcante do estudo exploratório é a obtenção dos dados e informações a partir de fontes secundárias, já disponíveis. Sendo assim, a investigação bibliográfica acerca do problema contou com a utilização de documentos

previamente elaborados como estudos da demanda turística e diagnósticos sócio-ambientais, dos quais puderam se extrair as condições atuais do mercado consumidor de turismo, as expectativas quanto ao desenvolvimento da atividade e sua inter-relação com os problemas ambientais e sociais enfrentados por Paranaguá.

Esses foram escolhidos como fontes de informação devido ao fato de serem os que mais se aproximam da realidade estudada, em primeiro lugar, porque seguem uma metodologia utilizada pela Embratur em todo o Brasil para a coleta de dados e informações sobre a demanda nos destinos turísticos, como no caso dos Estudos de Mercado Interno de Turismo no Brasil e os Estudos da Demanda Turística do Litoral 2002 e 2004, e em segundo lugar, por estarem ligados a importantes instituições e autores que se dedicam ao estudo do litoral paranaense, como no documento Diagnóstico Socioambiental de Paranaguá de 1999, da Universidade Federal do Paraná. Tais documentos, além daqueles pesquisados na UFPR, puderam ser pesquisados na Fundação Municipal de Turismo de Paranaguá – Funtur, na Prefeitura Municipal e nas Secretarias de Desenvolvimento e do Patrimônio Histórico e Cultural de Paranaguá.

É necessário destacar que alguns limites foram encontrados no decorrer da pesquisa, principalmente no que se refere à obtenção de dados. Constatou-se que alguns itens considerados importantes para a análise do mercado de turismo em Paranaguá, especificamente no que se refere ao comportamento da demanda, no item “motivos de viagem”, não constava no documento Estudo da Demanda Turística na versão de 2004, mas constava no mesmo documento em sua versão anterior, a de 2002 (a pesquisa para elaboração de tal documento do ano de 2003 não foi realizada pelos responsáveis no município). Para que não houvesse uma lacuna relativa a essas informações, foram analisados outros itens do mesmo documento na versão de 2004 que indicaram de forma segura as informações não encontradas em sua forma direta, como índices de visita aos atrativos, identificação dos atrativos visitados, frequência das visitas, intenção de estender a viagem, tempo que seria dedicado à visitação dos atrativos, atrativos que seriam visitados e ainda os meios de hospedagem utilizados.

A falta de pesquisas específicas para a cidade de Paranaguá impossibilitou a inserção de outras informações relevantes, considerando que a maior parte das pesquisas encontradas refere-se ao litoral paranaense. Para a composição de informações como a evolução histórica

do turismo na cidade seria necessário a consideração do número total de visitantes através dos últimos anos, dados esses ainda não disponíveis. Além disso, a importância econômica do turismo na cidade pode se constituir em fonte de pesquisa para um estudo específico com envolvidos direta e indiretamente com a atividade, o qual ainda não foi realizado. Acredita-se que essa situação ocorre não apenas em decorrência de negligência ou descaso para com o turismo, mas, naturalmente, como consequência da situação de incipiência em que se encontra a atividade turística em Paranaguá, que serão evidenciadas nas constatações finais do presente estudo.

Após o levantamento dos documentos necessários para a análise, o passo seguinte foi destinado à seleção das informações para compor os quadros DAFO de acordo com a metodologia aqui utilizada, tais informações são demonstradas no Capítulo 5. Nesse capítulo são encontradas as condições atuais em que se encontra o turismo na cidade, levando-se em consideração aspectos relativos ao mercado de turismo em âmbito nacional e regional, comportamento da demanda turística e aspectos sócio-ambientais de Paranaguá. Na sequência podem ser observados os quadros de Oportunidades e Ameaças, Fortalezas e Debilidades nos quais são expostas, de forma resumida, as informações analisadas no item anterior. A análise que justifica os objetivos deste estudo é apresentada no item 5.3.

Com o intuito de colaborar para a melhoria das condições de desenvolvimento do turismo na cidade, foram elaboradas propostas e sugestões baseadas nas informações obtidas a partir da análise DAFO. Essas propostas figuram no estudo não apenas como uma extensão das análises realizadas, mas como um conjunto sugestões viáveis para que o turismo seja plenamente inserido no contexto parnanguara e a cidade possa ser identificada, definitivamente, como um destino de turismo competitivo.

5. ANÁLISE DAS CONDIÇÕES DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM PARANAGUÁ

De acordo com a proposta metodológica deste estudo, a seqüência é destinada ao exame das condições de desenvolvimento do turismo em Paranaguá. As informações contidas no primeiro item deste capítulo, as quais atuam como um demonstrativo da realidade do turismo na cidade – unidas ao contexto apresentado no Capítulo 3, serviram como fonte referencial para a composição dos quadros de análise DAFO localizados nas páginas adiante, bem como para a análise final do estudo.

5.1 Cenário atual do desenvolvimento turístico em Paranaguá

A análise dos recursos existentes para a configuração da cidade de Paranaguá como um destino turístico não é suficiente como ferramenta para a identificação de mercados existentes e segmentos da demanda que atenderiam as exigências, necessidades e o perfil do turista para o referido destino. Neste sentido, saber as condições atuais do desenvolvimento do turismo perfaz um conjunto de informações de suma importância para a identificação de oportunidades o seu desenvolvimento em Paranaguá e as possíveis ameaças que estariam impedindo tal desenvolvimento.

Nas páginas a seguir são apresentadas as principais características do turismo em Paranaguá a partir do ano de 2001, destacando-se, a partir de uma visão mais abrangente da realidade, os fatores positivos e negativos que influenciam o seu desenvolvimento. Por conta disso, inicia-se com o exame sobre o perfil da demanda e do mercado de turismo no Brasil e em Paranaguá, posteriormente o exame recai sobre as condições ambientais e finalmente sobre a utilização e as intervenções realizadas no patrimônio histórico-cultural representado pelo Centro Histórico.

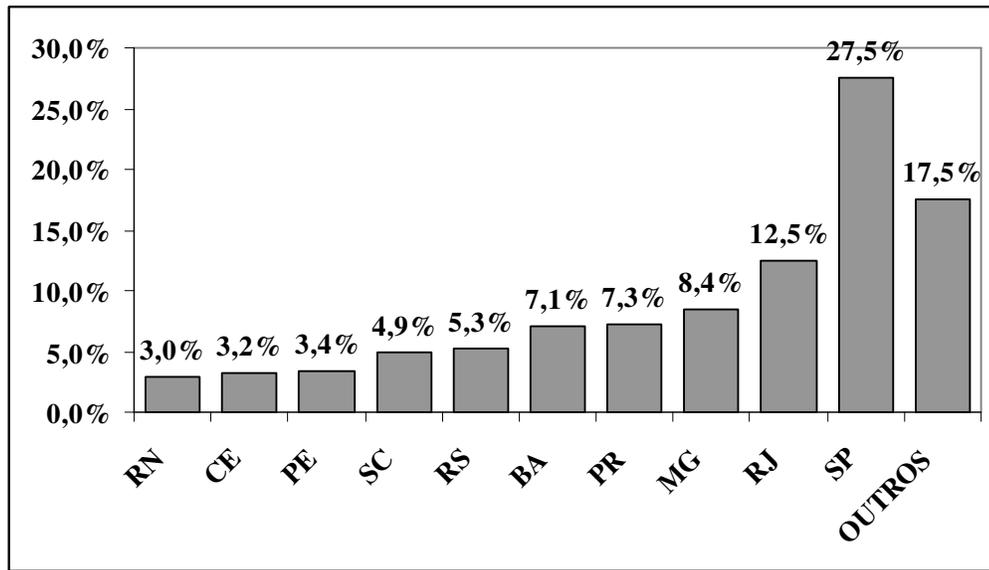
Primeiramente observa-se que algumas mudanças no comportamento da demanda nos últimos anos favorecem o desenvolvimento da atividade do turismo no território nacional. De acordo com o último estudo do mercado interno de turismo no Brasil (EMBRATUR 2001), a propensão de pessoas que viajaram para o exterior no ano de 2001 em relação ao ano de 1998 reduziu-se de 2,5% para 1,7%. O estudo atribuiu à variação desses índices a política de flexibilização da economia adotado em 1999. Poderia-se pensar que essa redução foi provocada, principalmente, como consequência dos atos terroristas ocorridos no mesmo ano no cenário internacional, entretanto, como revela a mesma pesquisa, 60% dos entrevistados ainda mantinham a intenção de viajar após tais incidentes, apesar da insegurança provocada no cenário mundial para o turismo.

Outro importante fator acentua-se como consequência da redução da propensão a viajar ao exterior, a valorização do mercado interno como destino turístico. De acordo com a mesma pesquisa, verificou-se um aumento da taxa de propensão a viajar, passando de 32,7% em 1998 para 36,4% em 2001. Dentro desse cenário, verificou-se também um aumento das taxas de viagens rotineiras, aquelas que são realizadas no mínimo 10 vezes durante um ano, passando de 2,5 % em 1998 para 9,1% em 2001. Vale ressaltar que as viagens rotineiras concentram-se no entorno dos principais centros emissores com distâncias inferiores a 200 quilômetros, o que por sua vez, atende de maneira positiva às propostas de regionalização do fluxo de turismo no Brasil, promovendo a continuidade do fenômeno das viagens locais.

A realidade acerca da movimentação do fluxo de turistas dentro do território brasileiro tem se mantido constante nos últimos anos e as regiões mais desenvolvidas do país detêm os primeiros lugares no ranking dos estados emissores de turistas. É o que pode ser observado no Estudo do Mercado Interno de Turismo (EMBRATUR 2001), entretanto cabe às regiões Sudeste e Nordeste a liderança quanto à recepção do turismo interno, superando a região Sul do Brasil em arrecadações. Em termos de receitas provenientes do turismo, os destaques ficam por conta dos Estados de São Paulo (22,5%), Rio de Janeiro (10,6%), Bahia (10,1%), Ceará (7,4%), que juntos acumulam 50,6% do total.

Situação análoga à das regiões é verificada em nível das Unidades da Federação, em que os estados mais desenvolvidos se destacam como os mais importantes centros receptivos e emissores.

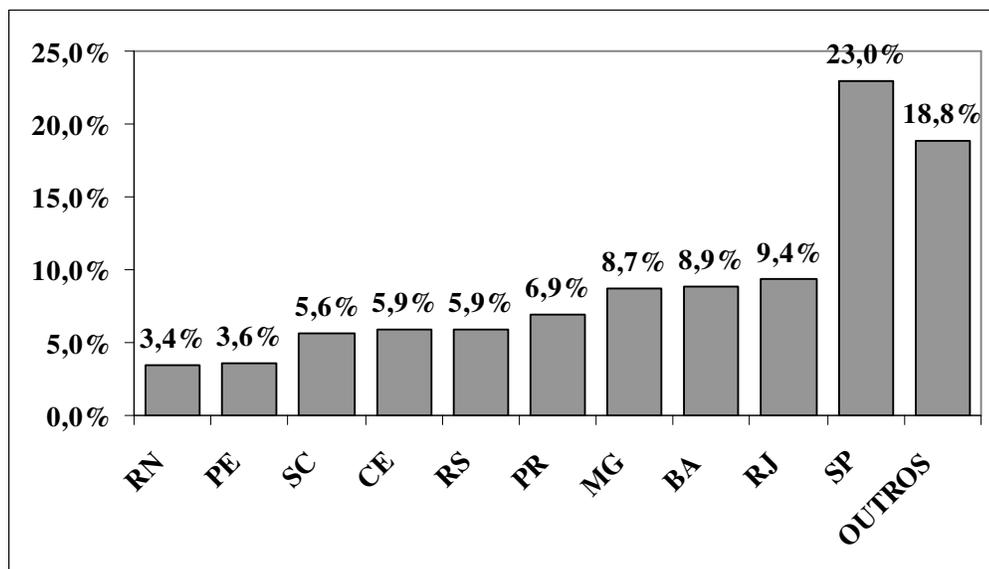
Gráfico 2 – Principais Estados Emissores, em Número de Turistas



Fonte: Adaptado de EMBRATUR (2001)

Como demonstram os gráficos 2 e 3, em número de turistas, os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, juntos, respondem por 48,4% do turismo emissivo e por 41,1% do receptivo (EMBRATUR 2001).

Gráfico 3 – Principais Estados Receptores, em Número de Turistas



Fonte: Adaptado de EMBRATUR (2001)

A região Sudeste é caracteristicamente reconhecida como emissora de turistas, pois responde sozinha por praticamente metade do fluxo de turistas, o que favorece o Estado do Paraná pela proximidade geográfica e, por sua vez, à cidade de Paranaguá, pela proximidade da capital Curitiba. Surge então uma alternativa de integração dos destinos turísticos e atrativos dessas regiões. Além disso, as boas condições das estradas de acesso ao litoral paranaense, junto ao fato de ser a própria capital do estado o principal centro emissor de turistas para o litoral, são fatores que podem favorecer o desenvolvimento do turismo em Paranaguá e, fazem de Curitiba, um importante centro para divulgação dos produtos e atrativos existentes, possibilitando não só atração de turistas dessa região, mas também o fluxo de turistas que chega a Curitiba e deseja estender a viagem para destinos turísticos complementares.

Quadro 2 – Distância de Paranaguá às principais capitais emissoras de turistas.

Capitais	Distância (em km)
Curitiba	96
Florianópolis	433
São Paulo	465
Rio de Janeiro	853
Porto Alegre	814

Fonte: Elaboração própria.

Numa visão mais ampla, a cidade de Paranaguá pode ser favorecida não apenas pelo fluxo de turistas provenientes da região Leste do Estado, onde Curitiba está localizada, ou dos principais centros emissores de turistas no Brasil, mas também, do grande número de turistas estrangeiros provenientes principalmente de países do Mercosul que freqüentam as praias do litoral catarinense e paranaense nos períodos de alta temporada.

Como demonstra o Estudo da Demanda Turística Internacional (2002, p.26), as duas cidades mais visitadas em todo território brasileiro por argentinos são Florianópolis/São Paulo, por chilenos são Porto Alegre/São Paulo, por paraguaios são São Paulo/Curitiba e por uruguayos são Porto Alegre/Florianópolis. E ainda, o Balneário Camburiú em Santa Catarina,

que aparece entre as cinco primeiras localidades mais visitadas pelos turistas provenientes desses mesmos países.

Numa perspectiva regional, a cidade de Paranaguá está localizada na porção central do litoral paranaense e por isso cerca-se por diversos municípios cuja oferta de atrativos varia de acordo com as suas características peculiares, o que resulta em fator positivo para a configuração de produtos turísticos integrados a partir dos conceitos de regionalização da atividade do turismo, haja visto a variedade temática da oferta dos atrativos dos municípios vizinhos. Neste sentido encontra-se a atratividade proveniente dos destinos de sol e praia, como nos balneários de Guaratuba, Matinhos e Pontal do Paraná, atrativos baseados na história local e na gastronomia regional, como nos municípios de Morretes e Antonia, nos atrativos baseados na utilização do meio ambiente e recursos naturais, como em Guaraqueçaba e na Ilha de Superaguí e, por fim, as conveniências e atrativos provenientes de grandes centros urbanos, como é o caso da capital do Estado.

Atualmente, o município de Paranaguá se encontra engajado nos programas do governo federal que atendem à perspectiva da regionalização do turismo como forma de desenvolvimento do setor e assim pode utilizar de forma benéfica o potencial turístico dos municípios vizinhos. O Ministério do Turismo desenvolve o chamado Programa de Regionalização do Turismo para diversas regiões com potencial turístico no Brasil, para o estado do Paraná é conhecido como Programa de Regionalização do Turismo no Paraná, para a Região Turística do Litoral.

A regionalização pode ser uma alternativa interessante para o desenvolvimento do turismo em regiões geograficamente próximas e que desfrutam de um turismo fidelizado, como o de sol e praia. A última pesquisa realizada em Paranaguá (PARANÁ TURISMO, 2004), demonstra que a grande maioria do fluxo de turistas para Paranaguá advêm, em primeiro lugar, da região metropolitana de Curitiba, perfazendo 42,1% do total e, em segundo lugar, do estado de São Paulo, compondo mais 15,5% do fluxo total de turistas. A mesma situação acontece para os outros destinos turísticos do litoral paranaense, onde os curitibanos e paulistas perfazem a grande maioria do número de turistas.

A distância de Paranaguá a Curitiba é de aproximadamente 96 quilômetros e o acesso rodoviário ao município é realizado prioritariamente pela BR 277, que liga o Porto de

Paranaguá a Foz do Iguaçu, passando por Curitiba. Além desse acesso, existem outras vias, tais como a Estrada da Graciosa, conectada a BR 116, que liga o município de Paranaguá às regiões Norte e Sul do País e a PR 407, que interliga o município às praias do Paraná e à BR 376. O acesso também se faz pela Estrada de Ferro Curitiba-Paranaguá.

A localização de Paranaguá no extremo Leste do estado, sua proximidade de Curitiba e de importantes centros emissores de turistas no Brasil, aliado ao fator de existirem diversos meios de acesso à cidade, pode favorecer a formatação de produtos turísticos integrados, diversificados e em plenas condições de atender as exigências e expectativas da demanda. Um exemplo pode ser observado quando se levam em consideração a Estrada da Graciosa e a Estrada de Ferro, vias de acesso opcionais à Paranaguá que possibilitam aos turistas uma experiência de cunho histórico e cultural mesmo antes da chegada ao seu destino.

A cidade de Paranaguá, bem como Antonina e Morretes, possui um acervo histórico de grande valia para região Sul do Brasil. Grande parte dos fatos históricos que marcaram o início da ocupação do Paraná e conseqüentemente da região Meridional do Brasil aconteceram entre as três cidades e região próxima. Casarios, museus, estações ferroviárias e ruelas estreitas são exemplos de um cotidiano do passado, mas que atualmente constituem-se em grande potencial para o turismo cultural.

Entretanto, observa-se que tal potencial não é otimizado. O estudo da demanda menciona que dentre os visitantes que em média permanecem 8,2 dias na cidade, quase 60% deles não visitam os atrativos turísticos do centro histórico. Apesar desse número, 61,6% dos visitantes mencionam a intenção de estender a estadia para a visita a outros atrativos na região. De acordo com o Estudo da Demanda Turística, os atrativos mencionados pela demanda para visita em caso de extensão de estadia são os seguintes: Serra do Mar/Passeio de Trem; Cidade Históricas/Sítios Preservados; Gastronomia; Ilha do Mel; Parque Nacional do Superaguí; Passeios de Barco e Esportes de Aventura. Dentre esses, os atrativos mais citados foram a Ilha do Mel (23,5%) e a Serra do Mar/Passeio de Trem (22%), as cidades históricas e sítios preservados apenas 11,5%, permanecendo com percentual maior somente que Esporte de Aventura (8,9%).

A comunicação estabelecida pelos turistas com parentes e amigos têm reforçado os interesses motivacionais para a visita à cidade de Paranaguá, os índices percentuais chegam a

mais de 77% do total (PARANÁ TURISMO, 2004). Outro fator aliado à comunicação familiar refere-se aos índices de hospedagem na cidade de Paranaguá, quase 60% dos turistas brasileiros hospedam-se em casa de parentes ou amigos. Situação inversa ocorre quando se analisa os meios de hospedagem utilizados pelos turistas estrangeiros. Mais de 66% deles utilizam hotéis, hospedarias e pensões como local de permanência ou pernoites. Acredita-se que esses índices fazem referência aos visitantes que foram motivados por interesses de realização de negócios ou trabalhos relativos ao Porto de Paranaguá, motivos esses que costumam ocupar os mais altos percentuais nas pesquisas realizadas no litoral.

Tal situação indica que a cidade de Paranaguá não recebe seu público direcionado através de propaganda e publicidade nos meios de comunicação especializados no turismo, sendo que os índices de utilização de Internet, jornais e agências de viagem como fonte de motivação para a viagem não ultrapassa os 23%.

Um fator atraente para o desenvolvimento do turismo em Paranaguá é a proximidade de seus atrativos histórico-culturais com o centro da cidade. Muitos deles, já veiculados pela mídia, referentes ao chamado Centro Histórico, localizam-se em área privilegiada quanto à proximidade com os serviços auxiliares como bancos, lavanderias, livrarias, serviços médicos, farmácias, entre outros. Por outro lado, esse mesmo fator que favorece a estada do visitante e o acesso a serviços essenciais, também serve de alerta para alguns problemas que ainda podem ocorrer pelo aumento do número de visitantes no local como a impossibilidade do atendimento adequado com a rede de esgotos, água, energia elétrica e decomposição do lixo urbano.

Analisando-se a questão ambiental observa-se que existem situações que fruto de uma gestão inadequada no uso dos recursos naturais que podem ainda interferir na condução sustentável das práticas de turismo. Primeiramente, destaca-se que a ocupação populacional desordenada de áreas de proteção permanente, com aterros cada vez maiores, tem gerado a degradação ambiental dos mangues e matas ciliares que contornam quase todo o perímetro urbano de Paranaguá. Esse processo iniciou-se na década de 1980, quando se aceleraram os processos de expansão portuária, acentuando-se a partir dos anos de 1990, quando a urbanização acelerou-se. Esse fator de degradação vem ocorrendo junto à cidade de Paranaguá, em ambas as margens do rio Emboguaçu, na margem esquerda do rio Itiberê e na ilha dos Valadares. De acordo com Caneparo (1999), em Paranaguá, o processo dá-se da

seguinte forma: inicialmente, são abertos pequenos caminhos manguezal adentro, com posterior retirada da cobertura vegetal. Na seqüência, a área é aterrada com areia e entulhos, para posterior construção das casas, não existindo um ordenamento dos lotes, ficando as construções muito próximas umas das outras. Trata-se de terrenos baixos e facilmente inundáveis, propiciando o aparecimento de vetores nocivos à saúde. Estas casas são de madeira, muitas vezes retiradas do próprio mangue. Aliada à insalubridade ambiental, a maior parte dessas construções está localizada em terrenos públicos, que foram invadidos.

Apesar de haver consciência do setor público municipal sobre esse problema, não se distingue uma política que seja capaz de resolver essa situação, o que por sua vez gera outros problemas de infra-estrutura no perímetro urbano. Nesses locais existe uma precária rede de energia elétrica, algumas torneiras de água potável, pontos de coleta de lixo, não havendo uma rede de coleta de esgotos e nem de águas servidas. Observa-se *in loco* acúmulo de lixo e esgoto a céu aberto, poluindo os córregos e rios próximos. A população residente, geralmente de baixa renda, busca essas áreas como opção mais barata de moradia.

Ressalta-se que a zona portuária também contribui para agravar o quadro geral de poluição da cidade, lançando, diretamente na área da baía e em terrenos baldios próximos, resíduos sólidos e líquidos de carga/descarga e limpeza dos navios. Somando-se a esse fator, existe o risco de contaminação das águas e dos manguezais pelo vazamento de derivados de petróleo e outros agentes poluidores (CANEPARO, 1999).

De acordo com a prefeitura municipal, a rede de esgotos atinge apenas 15% da população, localizando-se principalmente no Centro Histórico e em alguns conjuntos habitacionais populares recém construídos. O material coletado é lançado *in natura* nos rios Itiberê, Emboguaçu e na baía, e nas áreas que não são servidas por redes exclusivas, os esgotos são lançados nas galerias de águas pluviais ou em valetas a céu aberto.

Outro fator preocupante refere-se ao lixo urbano. A coleta é feita pela Prefeitura Municipal, que atende não só a sede do município, mas também às regiões próximas e alguns balneários. As áreas de coletas regulares estão localizadas no centro e em alguns bairros mais próximos ao mesmo. As áreas de coletas irregulares estão em áreas mais distantes, onde os caminhões passam esporadicamente ou quando são pressionados pelos moradores. A irregularidade no arruamento, onde as ruas são estreitas e terminam geralmente em um rio ou

um mangue, dificultam a manobra dos caminhões de coleta. Os resíduos sólidos urbanos são coletados e lançados a céu aberto em área denominada lixão da Colônia Santa Rita, próximo a Industria de Alimentos Sadia. Os resíduos hospitalares são lançados em área rural na Colônia Santa Cruz e os dos navios são geralmente jogados a céu aberto, em terrenos baldios.

O transporte urbano coletivo é realizado apenas por ônibus, sendo servido por uma única concessionária, a Empresa Viação Rocio Ltda, que atende a cidade através de sete linhas regulares. Observa-se que cerca de 80% do perímetro urbano de Paranaguá encontra-se pavimentado, sendo que as áreas sem pavimentação ocorrem principalmente na periferia. Entretanto, o aumento da frequência de pessoas no período da alta temporada aliado ao transporte de cargas pesadas degradam a malha viária, dificultando o acesso a vários bairros, principalmente os que estão ligados ao porto.

Os aspectos relacionados acima quanto à infra-estrutura urbana – rede de esgoto, coleta e destino do lixo e resíduos urbanos, cobertura de pavimentação e transporte coletivo urbano – são fatores que condicionam negativamente a imagem de Paranaguá como um destino turístico. Corroborando com o que foi exposto, alguns dados extraídos do Estudo da Demanda Turística do Litoral do Paraná para o ano de 2004, demonstram que os principais apontamentos negativos por parte da demanda turística de Paranaguá referem-se à limpeza pública, à pavimentação e ao saneamento básico, este último sendo citado após constatações de mau cheiro no perímetro urbano, carência de abastecimento de água e cobertura incompleta da rede de esgotos (PARANÁ TURISMO, 2004). Situação essa que não se modificou nos últimos anos, os mesmos problemas urbanos apontados acima são citados pelos turistas em anos anteriores, quando se observa o mesmo estudo realizado no ano de 2002.

Apesar dessa situação, a prefeitura municipal realizou, desde o início da década de 1990, importantes obras de infra-estrutura próximas à área do Centro Histórico, um local que não sofre intensamente com os mesmos problemas de abastecimento de água e esgoto como nas áreas relatadas anteriormente. Algumas obras de re-estruturação urbana possibilitaram o início de um processo no qual houve a melhoria não só das condições de circulação de pessoas e automóveis, ocasionando o desvio do tráfego indesejado da área de preservação histórica, mas também das condições sociais, desestruturando áreas nas quais era comum o encontro e concentração de usuários de drogas e entorpecentes.

Tais melhorias foram possíveis a partir da criação, no início da década de 1990, do Programa de Recuperação do Setor Histórico de Paranaguá, o qual objetivava, entre outros, assegurar as relações sociais e o bem estar da comunidade nas questões do Patrimônio Histórico, outro objetivo era promover a recuperação do Centro Histórico de Paranaguá através da seleção de instrumentos que fossem capazes de proteger este acervo acompanhando a realidade sócio-econômica do país. Além disso propunha “recuperar, revitalizar e preservar o Setor Histórico de Paranaguá, garantindo sua integridade valorizando seus aspectos urbanos, arquitetônicos e paisagísticos, numa relação direta destes acervos com a comunidade” (PROGRAMA DE RECUPERAÇÃO DO SETOR HISTÓRICO DE PARANAGUÁ, 2004).

Segundo o referido Programa, elaborado pelo Arquiteto Luiz Marcelo Bertoli de Mattos e implementado pela Prefeitura Municipal a partir de 1993, Paranaguá encontrava-se na seguinte situação:

- Até o início desse período, o Centro Histórico de Paranaguá sofria uma série de transformações que por fatores políticos e econômicos, orientados por forte especulação imobiliária, descartava a utilização da arquitetura e infra-estrutura dos antigos edifícios.
- As intervenções urbanas até então realizadas não foram capazes de proteger ou mesmo de restituir relações compatíveis entre a população e o cenário físico, então descaracterizado, estimulando a substituição de seus componentes, destruindo a identificação da comunidade com seu Patrimônio Cultural.

Foi através de uma série de programas, projetos, leis de incentivo fiscal e ações de intervenção na arquitetura urbana que foi possível resgatar o conceito de Patrimônio Histórico e alcançar os objetivos iniciais. As primeiras iniciativas contaram com a realização de palestras, orientações, acompanhamento de intervenções e cursos de extensão universitária, contato direto com os proprietários, usuários, profissionais e estudantes.

A seqüência de trabalho foi realizada com ações culturais, sócio-econômicas, jurídicas e ambientais. As ações culturais caracterizaram-se por intercâmbios de estudantes, workshops e atendimento a proprietários, profissionais da área para o desenvolvimento dos projetos de restauração. As ações econômicas, através de convênios com o governo do estado, acordo

fiscais e convênios com representações religiosas, instituições de ensino e empresas. As ações jurídicas contaram com a criação e aprovação de leis como a da Lei Complementar nº 4, que dispõem sobre o zoneamento de uso e ocupação do solo e áreas urbanas do município de Paranaguá, a Lei nº 2194/2000 sobre os descontos de IPTU para a restauração do Patrimônio Histórico e através da criação da Secretaria Municipal de Planejamento, em 2002. Por fim, as ações ambientais, relativas às obras de restauração e revitalização de edifícios e áreas históricas públicas, municipais, estaduais e federais, dentre os quais, algumas são destacadas adiante.

Algumas melhorias podem ser destacadas como conseqüências das intervenções infra-estruturais. A chamada Rua da Praia, oficialmente nomeada Rua Gal. Carneiro, estende-se pela orla marítima do centro da cidade e percorre os principais pontos turísticos do Centro Histórico, entre eles o Mercado Municipal, o Mercado do Café, a Fonte Velha e o Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá – MAEP. Até o início da década de 1990 o local era conhecido pela concentração de usuário de drogas e pelo ambiente sombrio que os casarios antigos e a falta de iluminação proporcionavam, o que, conseqüentemente, dificultava a passagem dos moradores locais e principalmente o acesso de turistas aos atrativos e áreas de lazer nos eixos extremos dessa rua. O programa de recuperação considerou esse espaço da seguinte forma:

A partir das análises das condições atuais, estudos históricos, do plano urbanístico, das diretrizes de intervenção para a recuperação e conservação da Rua da Praia, não intentamos transformá-la em área museificada nem mesmo alterar as relações harmônicas já existentes, mas ordená-las e orientá-las para a melhoria dos padrões de utilização, restituindo-lhes o sentido de imagens do passado, registros de momentos que foram capazes de sobreviver até o nosso tempo por seu próprio valor e densidade simbólica, contribuindo e participando da vida cotidiana da população (PROGRAMA DE RECUPERAÇÃO DO SETOR HISTÓRICO DE PARANAGUÁ, 2004, p. 4).

Pode-se perceber que o programa considerou o referido espaço como um ambiente dinâmico e as suas propostas buscaram a melhoria dos padrões existentes de utilização sem engessá-lo no passado. Portanto, possibilitou à Rua da Praia um ambiente plenamente seguro à circulação de pedestres, moradores locais e turistas. Além disso, as reformas de readequação da iluminação pública e calçamento às condições de época, criaram, notadamente, um clima que retoma às principais características urbanas encontradas no período de suas construções.

O turista, atualmente, pode transitar por toda a extensão da Rua e usufruir o comércio local de artesanatos, dos bares e restaurantes e principalmente, da paisagem que une os ambientes naturais, urbanos e históricos.

Como exemplo, pode ser destacado outra obra infra-estrutural de suma importância para o turismo na cidade. Numa extremidade da Rua da Praia encontram-se alguns dos principais atrativos do Centro Histórico, dentre eles o Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá – MAEP e os mercados municipais de venda de artesanato e pratos com comidas típicas regionais. Defronte o MAEP foi realizado uma obra que modificou a estrutura urbana do Centro Histórico e as condições estruturais para recepção de turistas, haja visto que neste local a concentração de visitantes é maior que em outros no mesmo Centro Histórico. Trata-se da ampliação e reestruturação do espaço de circulação pública defronte ao MAEP, a praça de eventos 29 de Julho. Ao longo dos anos 70 e 80, foi implantado um aterro que descaracterizava irremediavelmente a relação histórica do casario que nasceu às margens do rio Itiberê. Localizada na área mais importante do Setor Histórico de Paranaguá, o projeto de urbanização deste aterro considerou a importância deste local na história da cidade. Valorizando as perspectivas do casario e do espaço natural se desenvolveu a praça de eventos, com ênfase ao Colégio dos Jesuítas (1750). Ao longo do rio um amplo passeio se estende constituído por jardins e mobiliário urbano, chafariz de ferro fundido (que data do início do século XX), o obelisco de granito comemorativo a elevação de Paranaguá a categoria de cidade e o antigo bebedouro de animais em ferro fundido. Somando-se, na beira do rio Itiberê, o Palco Tutóia com seus velames. As Figuras 4 e 5 demonstram essas modificações.

Figura 4 – Rua da Praia e Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá em 1912



Fonte: Prefeitura Municipal de Paranaguá, Departamento de Conservação do Patrimônio Histórico de Paranaguá.

Figura 5 – Rua da Praia, Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá e Praça de Eventos 29 de Julho em 2005



Fonte: acervo do autor.

O valor da iniciativa por parte da administração municipal através das práticas de restauro pode ser destacado, já que considerou a população local como aliada nesse processo, resgatou dela a vocação natural como guardiã do patrimônio e de suas memórias, bem como possibilitou a expansão do pensamento de re-utilização do usado e do antigo como uma prática aproximada à realidade do cidadão, ou seja, atuou como um veículo de aproximação da comunidade local com o poder público e a atividade do turismo.

Por fim, as intervenções realizadas no conjunto histórico da cidade assumiram grande importância para o desenvolvimento do turismo, através das várias possibilidades, agora abertas, para a formatação e oferecimento de um produto turístico legítimo e de singular expressão cultural e histórica, para o qual, a comunidade local pode com mais facilidade, dedicar-se, pois tende a identificar e valorizar sua história e o local onde vive.

Nas páginas a seguir inicia-se a exposição análise estratégica que foi realizada com a base de informações mencionadas até o presente momento. Sua importância pode ser destacada com importante instrumento para a identificação dos fatores que realmente podem impedir que o desenvolvimento sustentável do turismo aconteça, mas também como ferramenta para destacar áreas de grande potencial para o alcance desse mesmo objetivo, ambas de suma relevância para a criação e aplicação de medidas corretivas e incentivadoras para o turismo amparadas em sólido planejamento.

5.2 Análise estratégica – DAFO

Seguindo o procedimento metodológico adotado nesse estudo, as páginas a seguir apresentam as informações que compõem os quadros de Oportunidades, Ameaças, Fortalezas e Debilidades. Os valores relativos à **importância** e à **possibilidade** dos mesmos **se manifestarem** no contexto que está sendo estudado serão atribuídos posteriormente. Essas informações foram extraídas da realidade estudada conforme o que foi demonstrado nos capítulos 3 e 5.

LISTA PRELIMINAR DE OPORTUNIDADES

Aumento da propensão a viajar, por parte da população brasileira, aos destinos domésticos.
Possibilidade de atrair turistas internacionais devido à proximidade geográfica com os principais emissores do Mercosul.
Possibilidade de atrair turistas devido à proximidade com importantes centros emissores de turistas no Brasil como São Paulo, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro.
Possibilidade de integração de Paranaguá com destinos turísticos da região.
A proximidade da capital do estado do Paraná, Curitiba, que tem se destacado como o principal centro emissor de turistas para o Litoral paranaense.
As boas condições de conservação das estradas de acesso à Paranaguá favorecem o deslocamento do fluxo de turistas provenientes de importantes regiões emissoras de turistas para o litoral, principalmente a região metropolitana de Curitiba.
Constância no comportamento do consumidor turista brasileiro quanto aos motivos de viagem, concentradas principalmente no lazer e em visitas a amigos ou familiares.
Possibilidade de acesso à cidade através da Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba e pela Estrada da Graciosa.

LISTA PRELIMINAR DE AMEAÇAS

A sazonalidade da demanda provocando a falta de regularidade no uso dos serviços e equipamentos turísticos.
Competitividade entre destinos turísticos nacionais com propostas similares para atração de turistas.
Fluxo de turistas para o litoral caracteriza-se essencialmente pelo turismo de sol e praia, com aproveitamento apenas parcial de outros tipos de turismo existentes na região.
A principal característica da demanda proveniente de Curitiba é a utilização de casa própria tipo segunda-residência ou de parentes como meio de hospedagem.
Imagem turística negativa da cidade devido aos impactos existentes, principalmente provocados pelo porto e pela gestão inadequada dos serviços públicos.
Valorização tradicional dos brasileiros pelo modelo turístico de sol, praia e natureza. Os atrativos culturais permanecem com pouco destaque nas pesquisas quanto às motivações de viagem.
Baixa diversidade de emissores de turistas para Paranaguá.

LISTA PRELIMINAR DE FORTALEZAS

Abundância de recursos naturais e paisagísticos, de grande valia para a formação de produtos turísticos diversificados no segmento de turismo de natureza.
Abundância de recursos históricos na cidade de grande importância e significado para a formação de produtos de turismo cultural.
Possibilidade de integração de produtos que aliem a utilização dos recursos naturais e dos recursos histórico-culturais.
Existência de instrumentos legais que amparam e incentivam o desenvolvimento do turismo, a utilização do solo e a conservação do patrimônio histórico do município.
Reestruturação e ampliação de áreas de lazer no perímetro urbano próximo ao Centro Histórico, o que possibilita a realização de eventos direcionados ao turismo cultural e eventos em geral.
Apesar do aumento e concentração do número de visitantes no verão quando comparado aos outros meses do ano, a cidade não enfrenta situações problemáticas advindas de um turismo massificado.
A propaganda “boca-ouvido” é identificada como principal fator de influência para a escolha de Paranaguá como um destino turístico, referente à comunicação de parentes ou amigos.
Devido às práticas de gestão aplicadas para a área histórica, o Centro Histórico de Paranaguá tornou-se perfeitamente identificável no conjunto urbano e paisagístico local.
A recuperação de espaços urbanos de intenso fluxo de pedestres como a Rua da Praia e a Praça 29 de Julho proporcionou maior segurança e tranquilidade para a circulação de moradores e de turistas.

LISTA PRELIMINAR DE DEBILIDADES

<p>Agressões ao meio ambiente acentuaram-se devido à aceleração dos processos de expansão portuária e urbanização do município, sobre os quais a administração municipal não interveio recentemente com investimentos resolutivos.</p>
<p>Descumprimento parcial da legislação ambiental e das práticas de conservação do patrimônio histórico.</p>
<p>Situações problemáticas no perímetro urbano de Paranaguá de ordem infra-estrutural e de serviços que atingem diretamente a população local e conseqüentemente prejudicam o desenvolvimento sustentável do turismo.</p>
<p>Os principais motivos para viagem por parte da demanda restringem-se a visitas a familiares e/ou amigos e a negócios.</p>
<p>Divulgação e promoção turística insuficiente de Paranaguá e de seus atrativos.</p>
<p>Parte do conjunto histórico no centro urbano foi descaracterizada, já que a grande parte do casario primitivo sofreu alterações ou foi substituída por construções novas.</p>
<p>Inexistência de produtos turísticos formatados na cidade de Paranaguá que se utilizem da integração entre os recursos naturais e culturais.</p>
<p>Carências de recursos humanos como guias e profissionais especializados, da população local e da iniciativa pública.</p>

Pode-se considerar que no momento se finaliza a primeira fase de estudo, na qual foram listadas as Oportunidades, Ameaças, Fortalezas e Debilidades observadas na análise geral da situação. Adiante, são assinaladas para cada uma delas um valor em função de sua **possibilidade de ocorrência** e sua **importância**, de acordo que foi exposto no Capítulo 4.

QUADRO 3 – RELAÇÃO PRELIMINAR DE OPORTUNIDADES

OPORTUNIDADES	Possib.	Import.
Aumento da propensão a viajar, por parte da população brasileira, aos destinos domésticos.	2	1
Possibilidade de atrair turistas internacionais devido à proximidade geográfica com os principais emissores do Mercosul.	1	1
Possibilidade de atrair turistas devido à proximidade com importantes centros emissores de turistas no Brasil como São Paulo, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro.	2	2
Possibilidade de integração de Paranaguá com destinos turísticos da região.	2	3
A proximidade da capital do estado do Paraná, Curitiba, que tem se destacado como o principal centro emissor de turistas para o Litoral paranaense.	3	3
As boas condições de conservação das estradas de acesso à Paranaguá favorecem o deslocamento do fluxo de turistas provenientes de importantes regiões emissoras de turistas para o litoral, principalmente a região metropolitana de Curitiba.	3	3
Constância no comportamento do consumidor turista brasileiro quanto aos motivos de viagem, concentradas principalmente no lazer e em visitas a amigos ou familiares.	2	2
Possibilidade de acesso à cidade através da Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba e pela Estrada da Graciosa.	3	3

QUADRO 4 – RELAÇÃO PRELIMINAR DE AMEAÇAS

AMEAÇAS	Possib.	Import.
A sazonalidade da demanda provocando a falta de regularidade no uso dos serviços e equipamentos turísticos.	3	3
Fluxo de turistas para o litoral caracteriza-se essencialmente pelo turismo de sol e praia, com aproveitamento apenas parcial de outros tipos de turismo existentes na região.	3	2
A principal característica da demanda proveniente de Curitiba é a utilização de casa própria tipo segunda-residência ou de parentes como meio de hospedagem.	2	1
Imagem turística negativa da cidade devido aos impactos existentes, principalmente provocados pelo porto e pela gestão inadequada dos serviços públicos.	2	3
Valorização tradicional dos brasileiros pelo modelo turístico de sol, praia e natureza. Os atrativos culturais permanecem com pouco destaque nas pesquisas quanto às motivações de viagem.	2	2
Baixa diversidade de emissores de turistas para Paranaguá.	2	1

QUADRO 5 – RELAÇÃO PRELIMINAR DE FORTALEZAS

FORTALEZAS	Possib.	Import.
Abundância de recursos naturais e paisagísticos, de grande valia para a formatação de produtos turísticos diversificados no segmento de turismo de natureza.	3	3
Abundância de recursos históricos na cidade de grande importância e significado para a formatação de produtos de turismo cultural.	3	3
Possibilidade de integração de produtos que aliem a utilização dos recursos naturais e dos recursos histórico-culturais.	2	3
Existência de instrumentos legais que amparam e incentivam o desenvolvimento do turismo, a utilização do solo e a conservação do patrimônio histórico do município.	3	2
Reestruturação e ampliação de áreas de lazer no perímetro urbano próximo ao Centro Histórico, o que possibilita a realização de eventos direcionados ao turismo cultural e eventos em geral.	2	3
Apesar do aumento e concentração do número de visitantes no verão quando comparado aos outros meses do ano, a cidade não enfrenta situações problemáticas advindas de um turismo massificado.	2	3
A propaganda “boca-ouvido” é identificada como principal fator de influência para a escolha de Paranaguá como um destino turístico, referente à comunicação de parentes ou amigos.	2	1
Devido às práticas de gestão aplicadas para a área histórica, o Centro Histórico de Paranaguá tornou-se perfeitamente identificável no conjunto urbano e paisagístico local.	2	2
A recuperação de espaços urbanos de intenso fluxo de pedestres como a Rua da Praia e a Praça 29 de Julho proporcionou maior segurança e tranquilidade para a circulação de moradores e de turistas.	3	2

QUADRO 6 – RELAÇÃO PRELIMINAR DE DEBILIDADES

DEBILIDADES	Possib.	Import.
Agressões ao meio ambiente acentuaram-se devido à aceleração dos processos de expansão portuária e urbanização do município, sobre os quais a administração municipal não interveio recentemente com investimentos resolutivos.	3	3
Descumprimento parcial da legislação ambiental e das práticas de conservação do patrimônio histórico.	3	3
Situações problemáticas no perímetro urbano de Paranaguá de ordem infra-estrutural e de serviços que atingem diretamente a população local e conseqüentemente prejudicam o desenvolvimento sustentável do turismo.	3	2
Os principais motivos para viagem por parte da demanda restringem-se a visitas a familiares e/ou amigos e a negócios.	2	1
Divulgação e promoção turística insuficiente de Paranaguá e de seus atrativos.	2	2
Parte do conjunto histórico no centro urbano foi descaracterizada, já que a grande parte do casario primitivo sofreu alterações ou foi substituída por construções novas.	2	1
Inexistência de produtos turísticos formatados na cidade de Paranaguá que se utilizem da integração entre os recursos naturais e culturais.	3	3
Carências de recursos humanos como guias e profissionais especializados, da população local e da iniciativa pública.	3	3

Oportunidades, Ameaças, Fortalezas e Debilidades são listadas novamente a seguir, entretanto cada um delas são dispostas de acordo com a possibilidade de ocorrência e importância, separadamente.

QUADRO 7 – OPORTUNIDADES ORDENADAS SEGUNDO SUA POSSIBILIDADE

	OPORTUNIDADES	Possib.
1ª	A proximidade da capital do estado do Paraná, Curitiba, que tem se destacado como o principal centro emissor de turistas para o Litoral paranaense.	3
2ª	As boas condições de conservação das estradas de acesso à Paranaguá favorecem o deslocamento do fluxo de turistas provenientes de importantes regiões emissoras de turistas para o litoral, principalmente a região metropolitana de Curitiba.	3
3ª	Possibilidade de acesso à cidade através da Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba e pela Estrada da Graciosa.	3
4ª	Possibilidade de integração de Paranaguá com destinos turísticos da região.	2
5ª	Possibilidade de atrair turistas devido à proximidade com importantes centros emissores de turistas no Brasil como São Paulo, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro.	2
6ª	Constância no comportamento do consumidor turista brasileiro quanto aos motivos de viagem, concentradas principalmente no lazer e em visitas a amigos ou familiares.	2
7ª	Aumento da propensão a viajar, por parte da população brasileira, aos destinos domésticos.	2
8ª	Possibilidade de atrair turistas internacionais devido à proximidade geográfica com os principais emissores do Mercosul.	1

QUADRO 8 – AMEAÇAS ORDENADAS SEGUNDO SUA POSSIBILIDADE

	AMEAÇAS	Possib.
1ª	Fluxo de turistas para o litoral caracteriza-se essencialmente pelo turismo de sol e praia, com aproveitamento apenas parcial de outros tipos de turismo existentes na região.	3
2ª	A sazonalidade da demanda provocando a falta de regularidade no uso dos serviços e equipamentos turísticos.	3
3ª	A principal característica da demanda proveniente de Curitiba é a utilização de casa própria tipo segunda-residência ou de parentes como meio de hospedagem.	2
4ª	Imagem turística negativa da cidade devido aos impactos existentes, principalmente provocados pelo porto e pela gestão inadequada dos serviços públicos.	2
5ª	Valorização tradicional dos brasileiros pelo modelo turístico de sol, praia e natureza. Os atrativos culturais permanecem com pouco destaque nas pesquisas quanto às motivações de viagem.	2
6ª	Baixa diversidade de emissores de turistas para Paranaguá.	2

QUADRO 9 – FORTALEZAS ORDENADAS SEGUNDO SUA POSSIBILIDADE

	FORTALEZAS	Possib.
1ª	Abundância de recursos históricos na cidade de grande importância e significado para a formatação de produtos de turismo cultural.	3
2ª	Abundância de recursos naturais e paisagísticos, de grande valia para a formatação de produtos turísticos diversificados no segmento de turismo de natureza.	3
3ª	A recuperação de espaços urbanos de intenso fluxo de pedestres como a Rua da Praia e a Praça 29 de Julho proporcionou maior segurança e tranquilidade para a circulação de moradores e de turistas.	3
4ª	Existência de instrumentos legais que amparam e incentivam o desenvolvimento do turismo, a utilização do solo e a conservação do patrimônio histórico do município.	3
5ª	Possibilidade de integração de produtos que aliem a utilização dos recursos naturais e dos recursos histórico-culturais.	2
6ª	Reestruturação e ampliação de áreas de lazer no perímetro urbano próximo ao Centro Histórico, o que possibilita a realização de eventos direcionados ao turismo cultural e eventos em geral.	2
7ª	Apesar do aumento e concentração do número de visitantes no verão quando comparado aos outros meses do ano, a cidade não enfrenta situações problemáticas advindas de um turismo massificado.	2
8ª	A propaganda “boca-ouvido” é identificada como principal fator de influência para a escolha de Paranaguá como um destino turístico, referente à comunicação de parentes ou amigos.	2
9ª	Devido às práticas de gestão aplicadas para a área histórica, o Centro Histórico de Paranaguá tornou-se perfeitamente identificável no conjunto urbano e paisagístico local.	2

QUADRO 10 – **DEBILIDADES** ORDENADAS SEGUNDO SUA POSSIBILIDADE

	DEBILIDADES	Possib.
1ª	Agressões ao meio ambiente acentuaram-se devido à aceleração dos processos de expansão portuária e urbanização do município, sobre os quais a administração municipal não interveio recentemente com investimentos resolutivos.	3
2ª	Situações problemáticas no perímetro urbano de Paranaguá de ordem infra-estrutural e de serviços que atingem diretamente a população local e conseqüentemente prejudicam o desenvolvimento sustentável do turismo.	3
3ª	Descumprimento parcial da legislação ambiental e das práticas de conservação do patrimônio histórico.	3
4ª	Inexistência de produtos turísticos formatados na cidade de Paranaguá que se utilizem da integração entre os recursos naturais e culturais.	3
5ª	Carências de recursos humanos como guias e profissionais especializados, da população local e da iniciativa pública.	3
6ª	Divulgação e promoção turística insuficiente de Paranaguá e de seus atrativos.	2
7ª	Os principais motivos para viagem por parte da demanda restringem-se a visitas a familiares e/ou amigos e a negócios.	2
8ª	Parte do conjunto histórico no centro urbano foi descaracterizada, já que a grande parte do casario primitivo sofreu alterações ou foi substituída por construções novas.	2

QUADRO 11 – OPORTUNIDADES ORDENADAS SEGUNDO SUA IMPORTÂNCIA

	OPORTUNIDADES	Import.
1ª	As boas condições de conservação das estradas de acesso à Paranaguá favorecem o deslocamento do fluxo de turistas provenientes de importantes regiões emissoras de turistas para o litoral, principalmente a região metropolitana de Curitiba.	3
2ª	A proximidade da capital do estado do Paraná, Curitiba, que tem se destacado como o principal centro emissor de turistas para o Litoral paranaense.	3
3ª	Possibilidade de integração de Paranaguá com destinos turísticos da região.	3
4ª	Possibilidade de acesso à cidade através da Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba e pela Estrada da Graciosa.	3
5ª	Constância no comportamento do consumidor turista brasileiro quanto aos motivos de viagem, concentradas principalmente no lazer e em visitas a amigos ou familiares.	2
6ª	Aumento da propensão a viajar, por parte da população brasileira, aos destinos domésticos.	2
7ª	Possibilidade de atrair turistas devido à proximidade com importantes centros emissores de turistas no Brasil como São Paulo, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro.	1
8ª	Possibilidade de atrair turistas internacionais devido à proximidade geográfica com os principais emissores do Mercosul.	1

QUADRO 12 – AMEAÇAS ORDENADAS SEGUNDO SUA IMPORTÂNCIA

	AMEAÇAS	Import.
1ª	Imagem turística negativa da cidade devido aos impactos existentes, principalmente provocados pelo porto e pela gestão inadequada dos serviços públicos.	3
2ª	A sazonalidade da demanda provocando a falta de regularidade no uso dos serviços e equipamentos turísticos.	3
3ª	Fluxo de turistas para o litoral caracteriza-se essencialmente pelo turismo de sol e praia, com aproveitamento apenas parcial de outros tipos de turismo existentes na região.	2
4ª	Valorização tradicional dos brasileiros pelo modelo turístico de sol, praia e natureza. Os atrativos culturais permanecem com pouco destaque nas pesquisas quanto às motivações de viagem.	2
5ª	A principal característica da demanda proveniente de Curitiba é a utilização de casa própria tipo segunda-residência ou de parentes como meio de hospedagem.	1
6ª	Baixa diversidade de emissores de turistas para Paranaguá.	1

QUADRO 13 – FORTALEZAS ORDENADAS SEGUNDO SUA IMPORTÂNCIA

	FORTALEZAS	Import.
1ª	Abundância de recursos naturais e paisagísticos, de grande valia para a formação de produtos turísticos diversificados no segmento de turismo de natureza.	3
2ª	Abundância de recursos históricos na cidade de grande importância e significado para a formação de produtos de turismo cultural.	3
3ª	Possibilidade de integração de produtos que aliem a utilização dos recursos naturais e dos recursos histórico-culturais.	3
4ª	Reestruturação e ampliação de áreas de lazer no perímetro urbano próximo ao Centro Histórico, o que possibilita a realização de eventos direcionados ao turismo cultural e eventos em geral.	3
5ª	Apesar do aumento e concentração do número de visitantes no verão quando comparado aos outros meses do ano, a cidade não enfrenta situações problemáticas advindas de um turismo massificado.	3
6ª	Existência de instrumentos legais que amparam e incentivam o desenvolvimento do turismo, a utilização do solo e a conservação do patrimônio histórico do município.	2
7ª	A recuperação de espaços urbanos de intenso fluxo de pedestres como a Rua da Praia e a Praça 29 de Julho proporcionou maior segurança e tranquilidade para a circulação de moradores e de turistas.	2
8ª	Devido às práticas de gestão aplicadas para a área histórica, o Centro Histórico de Paranaguá tornou-se perfeitamente identificável no conjunto urbano e paisagístico local.	2
9ª	A propaganda boca-ouvido é identificada como principal fator de influência para a escolha de Paranaguá como um destino turístico, referente à comunicação de parentes ou amigos.	1

QUADRO 14 – DEBILIDADES ORDENADAS SEGUNDO SUA IMPORTÂNCIA

	DEBILIDADES	Import.
1ª	Agressões ao meio ambiente acentuaram-se devido à aceleração dos processos de expansão portuária e urbanização do município, sobre os quais a administração municipal não interveio recentemente com investimentos resolutivos.	3
2ª	Inexistência de produtos turísticos formatados na cidade de Paranaguá que se utilizem da integração entre os recursos naturais e culturais, de guias e profissionais especializados, da população local e da iniciativa pública.	3
3ª	Descumprimento parcial da legislação ambiental e das práticas de conservação do patrimônio histórico.	3
4ª	Carências de recursos humanos como guias e profissionais especializados, da população local e da iniciativa pública.	3
5ª	Situações problemáticas no perímetro urbano de Paranaguá de ordem infra-estrutural e de serviços que atingem diretamente a população local e conseqüentemente prejudicam o desenvolvimento sustentável do turismo.	2
6ª	Divulgação e promoção turística insuficiente de Paranaguá e de seus atrativos.	2
7ª	Parte do conjunto histórico no centro urbano não é uniforme, a grande parte do casario primitivo sofreu alterações ou foi substituída por construções novas.	1
8ª	Os principais motivos para viagem por parte da demanda restringem-se a visitas a familiares e/ou amigos e a negócios.	1

5.2.1 Matriz de avaliação estratégica

A Matriz de Avaliação Estratégica apresenta de forma sintética as informações listadas nas páginas anteriores e é onde se pode comparar as **Oportunidades x Ameaças** e as **Fortalezas x Debilidades**. É necessário destacar que para a composição deste gráfico foi preciso reduzir o número de informações, deixando apenas aquelas que são consideradas as mais relevantes para o presente estudo, conforme indica a abordagem metodológica proposta por Sainz de Vicuña quando propõe que um número de 6 (seis) itens é suficiente. As informações que foram retiradas da Matriz de Avaliação Estratégica são as seguintes:

Oportunidades:

- Constância no comportamento do consumidor turista brasileiro quanto aos motivos de viagem, concentradas principalmente no lazer e em visitas a amigos ou familiares.
- Possibilidade de atrair turistas internacionais devido à proximidade geográfica com os principais emissores do Mercosul.

Fortalezas:

- A propaganda boca-ouvido é identificada como principal fator de influência para a escolha de Paranaguá como um destino turístico, referente à comunicação de parentes ou amigos.
- Devido às práticas de gestão aplicadas para a área histórica, o Centro Histórico de Paranaguá tornou-se perfeitamente identificável no conjunto urbano e paisagístico local.

Debilidades:

- Carências de recursos humanos como guias e profissionais especializados, da população local e da iniciativa pública.
- Parte do conjunto histórico no centro urbano não é uniforme, parte do casario primitivo sofreu alterações ou foi substituída por construções novas.

Portanto, os itens citados acima não podem ser encontrados na matriz logo a seguir, mas é importante lembrar que elas **não devem ser desconsideradas ou anuladas e fazem parte do contexto das análises**, podendo ser citadas posteriormente.

QUADRO 15 – Matriz de avaliação estratégica

OPORTUNIDADES		AMEAÇAS	
O1	As boas condições de conservação das estradas de acesso à Paranaguá favorecem o deslocamento do fluxo de turistas provenientes de importantes regiões emissoras de turistas para o litoral, principalmente a região metropolitana de Curitiba.	A1	A sazonalidade da demanda provocando a falta de regularidade no uso dos serviços e equipamentos turísticos.
O2	A proximidade da capital do estado do Paraná, Curitiba, que tem se destacado como o principal centro emissor de turistas para o Litoral paranaense.	A2	Fluxo de turistas para o litoral caracteriza-se essencialmente pelo turismo de sol e praia, com aproveitamento apenas parcial de outros tipos de turismo existentes na região.
O3	Possibilidade de acesso à cidade através da Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba e pela Estrada da Graciosa.	A3	Imagem turística negativa da cidade devido aos impactos existentes, principalmente provocados pelo porto e pela gestão inadequada dos serviços públicos.
O4	Possibilidade de integração de Paranaguá com destinos turísticos da região.	A4	Valorização tradicional dos brasileiros pelo modelo turístico de sol, praia e natureza. Os atrativos culturais permanecem com pouco destaque nas pesquisas quanto às motivações de viagem.
O5	Possibilidade de atrair turistas devido à proximidade com importantes centros emissores de turistas no Brasil como São Paulo, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro.	A5	A principal característica da demanda proveniente de Curitiba é a utilização de casa própria tipo segunda-residência ou de parentes como meio de hospedagem.
O6	Aumento da propensão a viajar, por parte da população brasileira, aos destinos domésticos.	A6	Baixa diversidade de emissores de turistas para Paranaguá.

DEBILIDADES		FORTALEZAS	
D1	Inexistência de produtos turísticos formatados na cidade de Paranaguá que se utilizem da integração entre os recursos naturais e culturais, de guias e profissionais especializados, da população local e da iniciativa pública.	F1	Abundância de recursos históricos na cidade de grande importância e significado para a formação de produtos de turismo cultural.
D2	Agressões ao meio ambiente acentuaram-se devido à aceleração dos processos de expansão portuária e urbanização do município, sobre os quais a administração municipal não interveio recentemente com investimentos resolutivos.	F2	Abundância de recursos naturais e paisagísticos, de grande valia para a formação de produtos turísticos diversificados no segmento de turismo de natureza.
D3	Descumprimento parcial da legislação ambiental e das práticas de conservação do patrimônio histórico.	F3	Possibilidade de integração de produtos que aliem a utilização dos recursos naturais e dos recursos histórico-culturais.
D4	Situações problemáticas no perímetro urbano de Paranaguá de ordem infra-estrutural e de serviços que atingem diretamente a população local e conseqüentemente prejudicam o desenvolvimento sustentável do turismo.	F4	Reestruturação e ampliação de áreas de lazer no perímetro urbano próximo ao Centro Histórico, o que possibilita a realização de eventos direcionados ao turismo cultural e eventos em geral.
D5	Divulgação e promoção turística insuficiente de Paranaguá e de seus atrativos	F5	Apesar do aumento e concentração do número de visitantes no verão quando comparado aos outros meses do ano, a cidade não enfrenta situações problemáticas advindas de um turismo massificado.
D6	Os principais motivos para viagem por parte da demanda restringem-se a visitas a familiares e/ou amigos e a negócios.	F6	Existência de instrumentos legais que amparam e incentivam o desenvolvimento do turismo, a utilização do solo e a conservação do patrimônio histórico do município.

5.3 Análise do DAFO

Pode-se dizer que Paranaguá está em processo de desenvolvimento como um destino de turismo. Algumas iniciativas de agregar interesses e dispositivos em infra-estrutura para a formatação de um produto turístico local são realizadas pela administração do município. Entretanto, a concepção de um destino sustentável passa pela análise desse como um sistema constantemente alimentado por informações provenientes dos turistas que apontam aspectos importantes para a condução do turismo, como a qualidade das atrações visitadas, o acesso ao local e os serviços turísticos, entre outros. Por isso, a administração do município necessita de uma base sólida de informações para o planejamento sustentável do turismo, o que ainda não é possível ser encontrado. As informações e dados estatísticos disponíveis na Prefeitura Municipal de Paranaguá, nas Secretarias Municipais, no Fundo Municipal de Turismo e nas organizações ligadas ao turismo no Estado do Paraná como a Paraná Turismo, não contemplam todas as informações necessárias para apontar as características do turismo de Paranaguá.

Com a quantidade de informações disponíveis não é possível detalhar os fatores que necessitam de melhorias, investimentos ou mesmo os que não devem ser incentivados. Tem-se, contudo, uma gama de informações que possibilita diagnosticar a situação atual do turismo na cidade – o que por sua vez atende as necessidades deste estudo, considerando que a pretensão desta investigação figura na realidade estudada como uma fonte de auxílio, pois a partir das informações obtidas e análises realizadas, poderão ser consideradas metas de trabalho para que os fatores positivos apontados sejam melhores desenvolvidos e os fatores limitantes sejam minimizados.

Seguindo a metodologia proposta inicialmente e levando em consideração o objetivo inicial deste estudo – analisar as condições de desenvolvimento do turismo na cidade de Paranaguá, os parágrafos a seguir são destinados a algumas considerações nas quais procurou-se inter-relacionar, de forma coerente, as informações contidas nos quadros da Matriz de Avaliação Estratégica DAFO, perfazendo assim a análise geral dos fatores positivos (oportunidades e fortalezas) e dos fatores impeditivos (ameaças e debilidades) ao desenvolvimento do turismo no ambiente estudado.

Têm-se, na cidade de Paranaguá, além da existência de um patrimônio histórico em ótimas condições e infra-estrutura revitalizada (**F4**), que favorecem a circulação dos turistas e que podem funcionar como fonte essencial de atratividade para o local, a existência de recursos naturais e paisagísticos em abundância na região ao entorno da área histórica (**F1**). Esses são fatores de extrema importância para o desenvolvimento de atividades relacionadas ao turismo. Primeiramente porque o espaço produzido através da recuperação do conjunto histórico e da Praça de Eventos 29 de Julho, tornou-o facilmente identificável na paisagem local, o que possibilita a formatação de um produto turístico autêntico, como forma de expressão da herança histórica da cidade e dos costumes dos moradores da região do litoral, e singular, pois um local como esse marca um destino turístico atribuindo a ele forte identidade e favorece a atração de turistas de outras regiões. Em segundo lugar porque os recursos naturais e paisagísticos possibilitam a integração de produtos que aliem esses recursos com os recursos histórico-culturais encontrados na cidade (**F3**).

A revitalização de setores importantes na cidade, notadamente a Praça 29 de Julho no Centro Histórico, abre a possibilidade de Paranaguá considerar utilização desse local como um espaço para realização de eventos diversificados, o que poderia minimizar os impactos provocados pela ociosidade turística nos períodos de baixa temporada (**A1**) e incentivar a valorização pela demanda dos recursos histórico-culturais ao invés do super aproveitamento dos destinos de sol e praia. Esse fator favorece, além disso, o aproveitamento da infraestrutura existente e a maximização do potencial do Centro Histórico como um atrativo turístico, diminuindo a relação do turismo apenas do usufruto dos balneários praianos como fonte de lazer e entretenimento pela demanda existente, como a pode ser identificado na atualidade (**A4**).

Como pôde ser observado nas primeiras páginas deste trabalho referentes à fundamentação teórica, a atividade turística é utilizada como um importante meio atender às necessidades do ser humano relativas ao descobrimento de novas sensações e experiências. Fator esse que, quando aliado às técnicas utilizadas pelo marketing contemporâneo como a segmentação de mercado, torna-se uma ferramenta importante para o desenvolvimento de produtos turísticos.

Sendo assim, Paranaguá pode basear suas estratégias em condições estáveis que o mercado de turismo no Brasil apresenta. As tendências para o mercado brasileiro indicam que

a demanda estabelece linhas de comportamento favoráveis para o desenvolvimento do turismo nos destinos dentro do território nacional (**O6**). Esse fator, aliado a constância do comportamento desse consumidor em relação aos seus motivos de viagem, centrados na visita de parentes e/ou amigos favorece a fidelização do turismo em Paranaguá, já que grande parte da demanda da cidade utiliza casa própria ou de parentes como forma de hospedagem (**A5**), transformando assim o que seria uma ameaça em uma oportunidade de turismo alternativo.

O conceito atribuído ao item citado acima (**A5**), pode ser considerado sob dois aspectos. Por um lado, pode ser considerado positivo, como relatado no parágrafo anterior, entretanto, a existência desse fator ainda condiciona um aspecto negativo para o turismo na cidade. Se por um lado, a administração do turismo no município pode valer-se de um comportamento constante por parte de sua demanda para a configuração de produtos e serviços turísticos que atendam a necessidade desse segmento de mercado, ampliando sua oferta, por outro, tal fator contribui para a redução nos índices de ocupação dos equipamentos turísticos nos períodos de “baixa temporada” como hotéis e restaurantes (**A1**).

Um dos fatores que contribui para a alta dos custos no turismo é a não regularidade do uso dos equipamentos e serviços, em termos de hospedagem, transportes, utilização das estradas, energias, entre outros, afora a questão do abastecimento de alimentação e de bebidas. A concentração do consumo nos meses chamados de “alta estação” é um fato notório em cidades de regiões litorâneas, particularmente para as motivações relativas ao lazer. Naturalmente, não havendo regularidade no uso dos recursos e serviços disponíveis, o custo da ociosidade acaba se refletindo no preço, o que restringiria o acesso de novos consumidores e a capacidade competitiva do turismo de Paranaguá em relação às outras destinações turísticas.

Destaca-se que apesar do aumento considerável do número de visitantes nos meses de alta temporada (**A1**), a cidade ainda não está afetada seriamente pelos vários impactos negativos, sejam eles sócio-culturais, econômicos ou ambientais provocados estritamente pelo turismo massificado (**F5**). Podem ser observadas agressões ao meio ambiente devido a fatores como a expansão portuária ou mesmo a aceleração do processo de urbanização do município (**D2+D4**), somados às dificuldades enfrentadas pelos órgãos fiscalizadores em assegurar o cumprimento das leis de proteção ao ambiente e ao patrimônio histórico (**D3**). Entretanto, os impactos negativos mais acentuados localizam-se nas áreas urbanas periféricas da cidade e na

região portuária, ou seja, não afetam diretamente o espaço relativo ao conjunto histórico e às áreas de maior circulação de turistas, nas proximidades da praça 29 de Julho, da Rua da Praia e dos principais atrativos do Centro Histórico.

Durante muitos anos a cidade enfrentou situações problemáticas no seu setor histórico, devido ao rápido crescimento urbano e forte especulação imobiliária, muitos edifícios passaram por modificações que os descaracterizaram quanto aos aspectos arquitetônicos identificados no Centro Histórico. Entretanto, tais edificações não podem ser analisadas de maneira isolada como fator estritamente negativo, pois fazem parte de um todo e estão dispostas em meio a um conjunto de edificações já recuperadas, o que tornou o conjunto histórico perfeitamente identificável na paisagem urbana de Paranaguá.

A administração do município tem a seu favor ainda alguns fatores que, somados, contribuem para a implementação de atividades voltadas ao incremento do turismo com base na cultura e na história local. Levando-se em consideração o fato de que o ambiente histórico da cidade, após a revitalização de algumas áreas urbanas, ruas e edificações degradadas, conquistou identificação própria e destacada no espaço urbano, o turismo cultural surge como uma alternativa possível para minimizar os efeitos da sazonalidade (**A1**) e maximizar o aproveitamento dos atrativos histórico-culturais (**A4**). Entretanto, ela deve ser capaz de combater, através do fortalecimento de estratégias comunicativas (**D5**) e da utilização das condições do mercado demandante localizado nas proximidades (**O5**), as tendências negativas do mercado brasileiro de turismo, no qual o turista ainda não tem, como uma das fontes principais de motivação para a viagem, a procura de destinos de turismo baseados na cultura.

A condição de proximidade de importantes centros emissores de turistas como Curitiba (**O2**) e de outros centros emissores para a região Sul do Brasil no Mercosul, de boas condições de conservação das estradas de acesso (**O3+O1**), aliados ao fato de os balneários praianos constituírem-se em forte fonte de atratividade (**A4**) e às tendências de fortalecimento da propaganda boca-ouvido na escolha de Paranaguá como um destino turístico, favorecem a integração da cidade e de seus atrativos com destinos turísticos periféricos e seus produtos, atuando como atrativos complementares ao leque de atrativos disponíveis na cidade.

A integração de Paranaguá com os balneários praianos (**O4**) pode acontecer ainda de forma inversa. A primeira foi acima mencionada: a cidade pode atuar como destino principal

durante quase todo o ano, oferecendo produtos turísticos diferenciados em segmentos de mercado específicos. A segunda forma acontece sob as condições – quase invariáveis – dos períodos de alta estação quando Paranaguá se torna então um destino de turismo secundário, utilizando-se do fluxo de turistas localizados nos balneários praianos nas proximidades do município.

Percebe-se ainda que a administração municipal se vê obrigada a gerenciar o desenvolvimento do turismo pautando suas estratégias numa realidade que parece ser a mais sólida quando se observa o contexto do turismo na cidade: a baixa diversidade do número de locais emissores de turistas para Paranaguá (**A6**), tendo a capital do Estado como o principal emissor (**O2**).

Observa-se claramente que ainda não existe um produto turístico formatado em Paranaguá, com características próprias e identidade singular (**D1**). Fator esse que chama a atenção considerando a diversidade de recursos naturais, históricos e urbanísticos já exaustivamente mencionados até aqui. Certamente, a inexistência de um produto turístico local inviabiliza ou retarda a realização de investimentos que trariam benefícios econômicos e sociais para um grande número de membros da comunidade como a geração de empregos e, naturalmente de renda e capital, o envolvimento das escolas e de seus alunos, das agremiações e associações de bairros, do parque hoteleiro e dos restaurantes.

O fato de Paranaguá não possuir um produto específico com as características da cidade pode ser considerado injustificável, haja visto que alguns fatores claramente favorecem as ações de planejamento para essa finalidade. Sem desconsiderar as dificuldades e barreiras sociais e econômicas para a intervenção planejada em âmbito municipal para o turismo, o município conta com uma legislação que ampara e incentiva o desenvolvimento do turismo, a utilização do solo e a conservação do patrimônio histórico (**F6**) e abundante recurso histórico, o que pode ser considerado de grande importância e significado para a formatação de produtos de turismo cultural (**F2**).

Algumas medidas ainda devem ser tomadas para que o desenvolvimento de um turismo sustentável seja assegurado, haja vista que a cidade ainda não sofre com efeitos predatórios do turismo em massa (**F5**). A existência de situações problemáticas no ambiente urbano e natural (**D2**), de dificuldades quanto à fiscalização para o cumprimento da legislação

ambiental (D3), aliados ao fato do pouco conhecimento por parte da demanda dos atrativos existentes na cidade (D5) e a forte associação da imagem da cidade como uma região portuária (A3), perfazem um conjunto de aspectos que exigem uma articulação planejada do turismo para garantir a continuidade sustentável dos recursos naturais e melhorias das condições sócio-econômicas existentes como consequência direta da intervenção por parte da atividade do turismo.

5.4 Resultados e propostas

Considerando-se os resultados obtidos na Matriz de Avaliação Estratégica, buscou-se elaborar propostas e sugestões que favoreçam o desenvolvimento do turismo de forma racional em Paranaguá.

As propostas caracterizam-se por considerar importantes mudanças no cenário tradicional de turismo no local. São baseadas em estratégias que, primeiramente, **valorizem o potencial e os recursos turísticos existentes** como fundamento para o crescimento quantitativo e qualitativo da atividade; diversifiquem a oferta com a **introdução de produtos turísticos novos e planejados**, agregando com isso o envolvimento de maior parcela da população, mão-de-obra diversificada e recursos naturais e culturais ainda não utilizados e; possam **constituir uma rede de integração entre os novos produtos e serviços turísticos** locais com os disponíveis nos balneários vizinhos, atendendo assim as exigências da demanda nas diferentes épocas do ano.

Primeiramente, considera-se importante que o município utilize, como fator de desenvolvimento, do potencial existente na cidade e das condições do mercado em relação ao turismo, ou seja, que possa usufruir e tirar proveito, de maneira sustentável, das condições e preferências da demanda e do que a cidade pode oferecer, considerando que mudanças radicais com propósitos de melhorias que atendam aos diversos setores envolvidos no turismo são cercados de altos custos e exigem um trabalho em longo prazo. Sendo assim, é importante destacar que a administração municipal deve sempre vislumbrar um futuro amparado em perspectivas de desenvolvimento e melhoria dos aspectos sócio-econômicos, entretanto, é importante que considere os fatores já existentes e neles investir.

Proposta 1 – Introdução de produtos turísticos novos e planejados

Como pôde ser observado através da análise do diagnóstico da situação, a cidade possui boa parte dos recursos turísticos, bens e serviços auxiliares, infra-estrutura e equipamentos necessários para a formatação e venda não apenas de um produto turístico competitivo, que configure-se como a base do turismo na cidade, mas também de uma variedade de recursos naturais, paisagísticos e humanos capazes de formar outros produtos consistentes que auxiliem e dêem suporte àquele produto principal, aumentando o leque de satisfação dos turistas e visitantes.

De acordo com Valls (1996), para a estruturação de um produto turístico competitivo, além dos recursos, bens, serviços auxiliares, infra-estrutura e equipamentos, é necessário que esse seja composto dos elementos intangíveis, tão importantes para composição de sua identidade no mercado de turismo. Sendo assim, é imprescindível que, tanto o produto principal quanto os produtos periféricos e complementares propostos para a cidade de Paranaguá, estejam inseridos dentro de um processo contínuo de planejamento, ou seja, que a administração municipal tenha como foco principal para os produtos turísticos locais uma gestão comprometida em instituir condutas de participação e envolvimento social e selecionar os recursos disponíveis para a prestação de um serviço que atenda as necessidades e expectativas da demanda. Além disso, é importante que o município trabalhe em favor da construção de uma imagem positiva ou de uma marca forte no mercado para o turismo em Paranaguá.

A sugestão a seguir tem como fundamentação os preceitos teóricos apresentados anteriormente e consiste em evidenciar o desenvolvimento sustentável do turismo através de iniciativas planejadas. As propostas elaboradas para o desenvolvimento do turismo em Paranaguá caracterizam-se basicamente por incitar a formatação de um produto principal, voltado para o turismo cultural, e de outros produtos periféricos e complementares, envolvendo os recursos naturais e urbanos; além da integração da cidade em roteiros no litoral do estado.

Proposta 2 – Integração entre os produtos e serviços turísticos

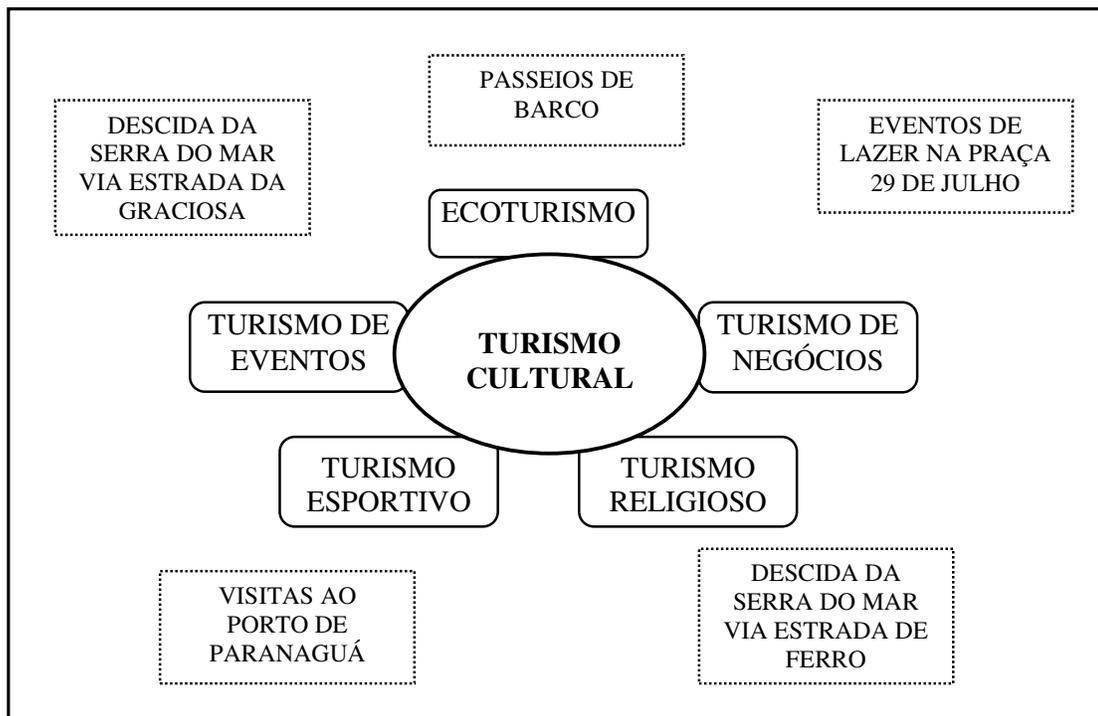
Tendo-se como base de fundamentação a concepção de Valls (1996), propõe-se a estruturação de produtos baseados nos benefícios buscados pelo público, os quais são divididos pelo autor em produto *principal*, *produto periférico* e *produto complementar*. O produto principal refere-se ao benefício maior que o consumidor busca encontrar no destino turístico após o processo de escolha dentre outros produtos, os produtos periféricos acompanham intimamente o produto principal sendo considerados sua prolongação natural e cumprem funções indispensáveis, e os produtos complementares podem ou não acompanhar os anteriores, ampliando o leque de satisfação de ambos.

De acordo com a análise do DAFO, apresentada anteriormente, foi constatado que o turismo em Paranaguá é influenciado pela sazonalidade da demanda durante as épocas de baixa e alta temporada durante o ano. A partir disso, acredita-se que a cidade que pode atuar de duas formas distintas como um destino turístico:

1. Como um destino principal nos períodos de baixa temporada e;
2. Como um destino complementar nos períodos de alta temporada; em ambos os casos fundamentando sua oferta no produto principal da cidade.

Sendo assim, propõe-se que a cidade crie estratégias de desenvolvimento amparadas na integração do produto principal com os produtos periféricos e complementares existentes na própria cidade e no entorno nos períodos de baixa temporada. Essa integração pode ser observada na Figura 6, que indica o produto “turismo cultural” como o produto principal da oferta turística, sendo apoiado pelos periféricos, como o turismo de negócio, de eventos, o religioso, o esportivo e o ecoturismo, e pelos complementares, como passeios de barco, visitas guiadas e eventos de lazer.

Figura 6 – Integração do produto principal com os produtos periféricos e complementares em Paranaguá nos períodos de baixa estação.



Fonte: Baseado no modelo apresentado por Valls (1996).

Legenda:

-  Produto principal
-  Produto periférico
-  Produto complementar

Apesar dos problemas em infra-estrutura enfrentados pelo município para a recepção de um grande número de pessoas, ou seja, um número superior do que aquele condizente com a população historicamente formada na cidade – como é o caso de diversas cidades brasileiras que não foram planejadas para esse fim, Paranaguá possui recursos que ainda não se encontram plenamente utilizados para o fim turístico.

O Centro Histórico da cidade, um importante e significativo conjunto arquitetônico, histórico e cultural, é um local que pode ser considerado como privilegiado se comparado com outros locais com potencial para a atratividade de turistas em Paranaguá. Nesse local encontram-se as principais edificações que representam parte da história da formação do Litoral Paranaense e do Estado do Paraná, sem falar da própria história do município,

plenamente identificada em todas as suas edificações e monumentos, além disso, conta com total cobertura da rede de esgotos e serviços auxiliares como bancos, lavanderias, serviços médicos, hospitais, hotéis e restaurantes.

Atualmente, a chamada Rua da Praia é um ícone das obras de restauro e recuperação arquitetônica e urbanística realizadas em Paranaguá. Como relatado anteriormente, essa rua estende-se pela orla marítima do centro da cidade e percorre os principais pontos turísticos do Centro Histórico e pode ser considerada um grande potencial para a criação de um circuito urbano de turismo ou de pacotes temáticos nos quais sejam abordados aspectos históricos locais, lendas e contos regionais ou mesmo o próprio aspecto nostálgico e romântico que a rua propicia durante a noite.

Sendo assim, o Centro Histórico de Paranaguá constitui-se em um importante espaço dentro do contexto urbano da cidade, sendo identificado neste estudo como o possível **produto turístico principal**, ou seja, como aquele produto que seria capaz de alicerçar o desenvolvimento da atividade em Paranaguá.

Paralelamente à introdução de um produto principal, é necessário o acompanhamento dos **produtos turísticos periféricos**, que dão suporte e equilíbrio à dinâmica relativa à atividade turística. Em Paranaguá, o ecoturismo, o turismo de negócios, o religioso, o de eventos e o esportivo atenderiam às necessidades de diversificação da oferta e de atendimento de fatores que maximizassem o desenvolvimento sustentável para a região, envolvendo maior parcela da população nativa, o comércio e as associações de moradores.

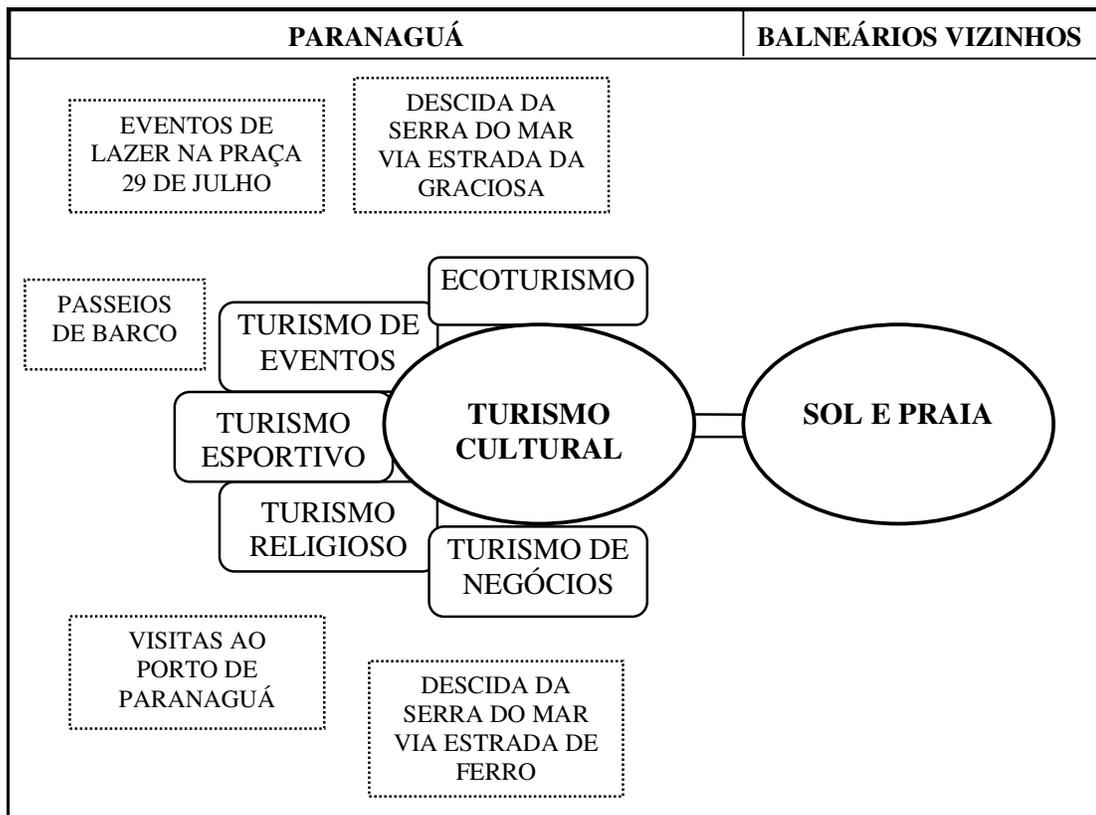
A utilização dos recursos naturais e paisagísticos para prática de atividades ecoturísticas e de lazer caracteriza-se como uma das principais opções para melhorar a qualidade do turismo praticado na cidade. Além disso, a soma de algumas atividades paralelas como o turismo religioso, que pode ser servido pelas construções e templos antigos espalhados pela região, o turismo de negócios, baseado na recepção de visitantes com interesses comerciais devido às atividades portuárias, e o turismo de eventos e esportivo, que pode usufruir da infra-estrutura e dos espaços de lazer recém revitalizados no centro da cidade como a Praça 29 de Julho, podem ser considerados produtos turísticos alternativos cuja função destaca-se dentre as mais importantes para o desenvolvimento do turismo sustentável,

reduzir os impactos provocados pela sazonalidade da demanda e colaborar para a melhoria da imagem turística e ambiental da cidade.

Os **produtos turísticos complementares** não estariam ligados diretamente àquilo que o turista busca na localidade, como o produto principal, mas em Paranaguá teriam a função de proporcionar uma experiência positiva e satisfatória mesmo antes de os turistas atingirem o destino almejado ou o objetivo principal do seu deslocamento. É o caso do acesso à Paranaguá por vias alternativas como pela Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba e pela Estrada da Graciosa, passeios de barco pela baía e visitas guiadas ao porto, basta que sejam observadas como produtos que possam perfeitamente ser inseridos no planejamento turístico receptivo municipal, em programas temáticos e de entretenimento, e em propostas planejadas com a finalidade de aumentar o tempo de estadia dos turistas na cidade.

Nos períodos do ano considerados de alta estação ou alta temporada, quando o fluxo de turistas para o litoral é aumentado, a cidade de Paranaguá assumiria o papel de um destino de turismo secundário (complementar) quando considerado frente aos destinos turísticos e produtos mais procurados nessas épocas do ano, respectivamente, os balneários praianos e o turismo de sol e praia, como pode ser observado na Figura 7.

Figura 7 – Integração dos produtos turísticos de Paranaguá com o produto principal dos balneários vizinhos (sol e praia) nos períodos de alta estação.



Fonte: Baseado no modelo apresentado por Valls (1996).

Legenda:

- Produto principal
- Produto periférico
- Produto complementar

Sendo assim, Paranaguá atuaria como um importante complemento ao produto principal, oferecendo produtos em segmentos de mercado que não podem ser encontrados e consumidos nos balneários vizinhos, como por exemplo, o turismo baseado na história e na cultura, turismo religioso e turismo de eventos, tornando-se mais do que um destino complementar, de fato, tornar-se-ia uma importante alternativa de lazer e entretenimento para uma grande demanda já consolidada.

Dessa forma, acredita-se que Paranaguá será capaz de buscar, com maior intensidade e segurança, o equilíbrio necessário entre os recursos disponíveis, a oferta de atrativos e a demanda, nas diferentes épocas do ano.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acredita-se no processo contínuo de desenvolvimento de novas pesquisas, de elaboração de abordagens teóricas e práticas como forma de construir uma sociedade justa. Isso considerado, o presente estudo demonstrou vários fatores que impedem que o crescimento do turismo aconteça, mas também salientou muitos pontos favoráveis que possibilitam o alcance de metas de desenvolvimento sustentáveis para a atividade e para a sociedade. Além disso, a análise desses fatores de forma inter-relacionada possibilitou a elaboração de propostas e sugestões que poderão minimizar os efeitos negativos provenientes das ameaças e debilidades mencionadas nesse estudo.

As propostas apresentadas foram elaboradas com o intuito de contribuir não apenas para que o turismo possa transpor os problemas e desafios existentes na região, mas também para que esses fatores limitantes possam ser considerados como fontes de auxílio, como no caso da integração dos produtos principais das regiões vizinhas à cidade de Paranaguá nas diferentes épocas do ano. Para que isso ocorra é de suma importância que as propostas sejam incorporadas ao processo de planejamento turístico de Paranaguá e dos municípios vizinhos, tornando-os integrados em propostas e metas de crescimento mútuo.

Tem-se consciência que existem várias barreiras que dificultam a materialização das propostas. Considerando razões históricas e o contexto social e político do país, por um lado observa-se que o setor privado realiza muito de suas ações amparadas na lógica do mercado, na tentativa de maximizar os lucros e ampliar rendimentos, por outro lado observa-se a falta de continuidade de programas e projetos devido a freqüentes mudanças político-administrativas. Neste contexto, tentar satisfazer os diversos interesses daqueles que estão envolvidos com o turismo, dos gestores municipais ou mesmo daqueles que sofrem influências da atividade como a população residente pode comprometer o alcance de metas de crescimento com equilíbrio.

Considera-se que o governo tem um importante papel a desempenhar no processo de desenvolvimento do turismo na cidade, na implantação das propostas e medidas de integração de produtos e serviços. A contribuição do governo se destaca através da promoção da efetiva conservação do patrimônio, fiscalização da legislação ambiental e capacitação dos recursos humanos, todas elas adaptadas as necessidades e exigências das propostas, considerando a sua continuidade.

É importante que as medidas adotadas não tragam benefícios somente para o turismo e para aqueles envolvidos diretamente com essa atividade, mas também sejam extensivas aos moradores próximos, aos estudantes, aos fornecedores de insumos, aos pescadores e moradores das ilhas circunvizinhas.

É necessária a consideração de incentivos à criação de cooperativas e associações de trabalhadores e moradores envolvidos com o turismo. É imprescindível que os produtos turísticos contem com o auxílio de guias especializados na condução dos turistas, sejam para os atrativos localizados no Centro Histórico ou mesmo para aqueles localizados em ambientes naturais. Para isso, é imprescindível que o município promova cursos de capacitação profissional para guias de turismo local, haja vista que o conhecimento técnico dos aspectos históricos e locais é uma ferramenta indispensável para o sucesso dos produtos e pacotes turísticos, além de ser um instrumento valioso para garantir o envolvimento, participação e aceitação da comunidade nas atividades do turismo. Enfim, as medidas adotadas para o implemento ou desenvolvimento do turismo devem levar em consideração benefícios principalmente de ordem social.

A estrutura das propostas aqui mencionadas foram baseadas numa leitura abrangente da situação em que se encontra o desenvolvimento do turismo na cidade, considerando a necessidade de se conhecer elementos importantes do ambiente externo e interno para geração de medidas consistentes que considerem a mudança da realidade e o envolvimento integrado como ferramentas indispensáveis para o impulso necessário rumo ao crescimento qualitativo e sustentável do turismo. Dessa forma, as sugestões surgiram como uma alternativa consistente de desenvolvimento para o turismo na cidade, baseadas na utilização de seu recurso turístico singular – o patrimônio histórico-cultural – para a formatação de produtos turísticos com forte identidade e competitividade em um segmento de mercado ainda em crescente reconhecimento pela demanda.

Por fim, baseando medidas de desenvolvimento do turismo em estratégias planejadas, é importante que a administração municipal observe o turismo com seriedade e visualize propostas em longo prazo, privilegiando o “desenvolvimento” qualitativo da atividade e não apenas o “crescimento” quantitativo e os resultados em curto prazo. A identificada situação de incipiência a qual se encontra a atividade turística na cidade, evidencia a necessidade de serem adotadas medidas equilibradas baseadas em metas de desenvolvimento integrado do turismo na região. Acredita-se que somente dessa maneira poderá ser transformada a atual situação de inércia em um contexto de melhorias econômicas e sociais extensivas a grande parte da população parnanguara.

REFERÊNCIAS

ACKOFF, Russel. **Planejamento empresarial**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1976.

ALMEIDA, Josimar; MORAES, Frederico; SOUZA, José; MALHEIROS, Telma. **Planejamento ambiental: caminho para participação popular e gestão ambiental para nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: Thex, 1999.

ALMEIDA, Luciana T. **Política ambiental: uma análise econômica**. Campinas: Papirus, 1998.

ANSHWORTH, G.J.; TUNBRIDGE, John E. **The Tourist-Historic City**. Londres: Belhaven, 1990.

ARCHER, Brian; COOPER, Chris. **Os impactos positivos e negativos do turismo**. In: THEOBALD, Willian. **Turismo global**. São Paulo: Senac, 2002.

AVILA, Marco Aurélio. **Ocio activo como factor de atracción turística em la ciudad de Florianópolis**. Tese Doutoral. Universidad de Las Palmas de Gran Canária. Espanha, 2004.

BARBOSA, Ycarim M. **O despertar do turismo: um olhar crítico sobre os não lugares**. São Paulo: Aleph, 2001.

BARCELLOS, Paulo F.; BARCELLOS, Luiz F. **Planejamento urbano sob perspectiva sistêmica: considerações sobre a função social da propriedade e a preocupação ambiental**. Revista FAE, vol. 7, n. 1, p. 129-137, 2004.

BARRETTO, Margarita. **Relação entre visitantes e visitados: um retrospecto dos estudo socioantropológicos**. Turismo em Análise, vol.15, n. 2, p. 131-133, 2004.

_____. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. Campinas: Papirus, 2000.

BENI, Mário C. **Como certificar o turismo sustentável?** Turismo em Análise, vol.14, n. 2, p. 1-128, 2003.

BIGNÉ, Enrique; FONT, Xavier; ANDREU, Luisa. **Marketing de destinos turísticos: análisis y estratégias de desarrollo**. Madrid: ESIC, 2000.

BOOG, Gustavo. **Manual de treinamento e desenvolvimento ABTD**. São Paulo: Pearson Makron Books, 1999.

BOONE, Luis E.; KURTZ, David L. **Marketing contemporâneo**. Rio de Janeiro: LTC, 1974.

BOTE GÓMEZ, Venancio. **Planificación económica del turismo: una estrategia misiva e una artesanal**. México: Trillas, 1999.

- BOULLÓN, Roberto. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- BOVEY, Baud; LAWSON, F. **Tourism and recreation: a handbook of physical planning**. Boston: CBL, 1977.
- BURNS, Peter M. **Paradoxes in planning: tourism elitism or brutalism?** Annals of Tourism Research. Londres, vol. 26, n. 2, p. 329–348, 1999.
- _____. **Tourism planning: a third way?** Annals of Tourism Research. Londres, vol. 31, n. 1, p. 24–43, 2004.
- BULL, Adrian. **La economía del sector turístico**. Madrid: Alianza Editorial, 1998.
- CHARON, Joel M. **Sociologia**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- CALDEIRA, Jorge. **Mauá, empresário do Império**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- CANCLINI, Néstor G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- CÂNEDO, Letícia Bicalho. **A revolução industrial: tradição e ruptura: adaptação da economia e sociedade: rumo a um mundo industrializado**. São Paulo: Atual, 1986.
- CANEPARO, Sony Cortese. **Manguezais de Paranaguá: uma análise da dinâmica espacial da ocupação antrópica - 1952-1996**. Curitiba, 1999. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) - Universidade Federal do Paraná.
- CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (org.). **Turismo urbano**. São Paulo: Contexto, 2000.
- _____. **Turismo e ordenação no espaço urbano**. In: CASTROGIOVANNI, Antonio C.; GASTAL, Susana. **Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística**. Porto Alegre: Edição dos Autores, 1999.
- CAVALCANTI, Clóvis. **Sustentabilidade da economia: paradigmas alternativos de realização econômica**. In: CAVALCANTI, Clóvis (org.). **Desenvolvimento e natureza: estudo para uma sociedade sustentável**. São Paulo, 1998.
- CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: Editora Unesp, 2001.
- COBRA, Marcos. **Marketing de serviços: turismo, lazer e negócios**. São Paulo: Cobra, 2001.
- _____. **Marketing competitivo**. São Paulo: Atlas, 1993.
- COHEN, Eric; **Rumo a uma sociologia do turismo internacional**. Social Research, vol. 39, n. 1, 1972.
- COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GILBERT, David; SHEPHERD, Rebecca. **Turismo: princípios e prática**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

COSTA, Laura J. M. et al. **Diagnóstico socioambiental da cidade de Paranaguá -1995**. Curitiba : Universidade Federal do Paraná, 1999.

COSTA, Samuel G. **O último capitão-mor (1782-1857)**. Curitiba: Scientia et Labor. 1988.

CRUZ, Rita de Cássia A. da. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2003.

_____. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.

DAHRENDORF, Ralph. **Sociologia e sociedade industrial**. In: FORACCHI, Marialice M.; MARTINS, José de Souza. Sociologia e sociedade: leituras de introdução à Sociologia. Rio de Janeiro: LTC, 1994.

DE MASI, Domenico. **O futuro do trabalho: fadiga e ócio na sociedade pós-industrial**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2000.

_____. **O ócio criativo**; entrevista a Maria Serena Palieri. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia do turismo**. São Paulo: Atlas, 2003.

DREDGE, Dianne. Destination place planning and design. **Annals of Tourism Research**. Londres, v. 26, n. 4, p. 772 – 791, 1999.

DRUCKER, Peter. **Prática de administração de empresas**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1962.

DUMAZEDIER, Joffre. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva: SESC, 1999.

DWYER, Larry; FORSYTH, Peter; SPURR, Ray. **Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches**. Tourism Management, 307-3017, 2004.

ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

EMBRATUR. **Estudo do mercado interno de turismo**. Brasília, 2001.

FAULKNER, Bill. **Desenvolvimento de abordagens ao marketing de destino: a experiência da Austrália**. In: THEOBALD, William (org.). Turismo Global. São Paulo: SENAC, 2002.

FORRESTER, Jay W. **Collected papers of Jay W. Forrester**. Waltham: Pegasus Communications, 1975.

FREITAS, Waldomiro. **Aspecto histórico e turístico de Paranaguá**. Paranaguá: Cavagnolli, Prefeitura Municipal de Paranaguá, Fundação de Cultura e Turismo, 1993.

FRIEDMAN, Jonathan. **Ser no mundo: globalização e localização**. In: FEATHERSTONE, Mike. Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade. Petrópolis: Vozes, 1999.

GÂNDARA, José Mantel. **El turismo y la sostenibilidad de los destinos urbanos**. Turismo 1. Editora Sérgio Molina, México, 2004.

_____. **G. Hoteles sostenibles para destinos Sostenibles – la calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad.** Anais do XII Simposio Internacional de Turismo y Ocio. Barcelona, 2003.

_____. **La imagen de calidad ambiental urbana como recurso turístico: el caso de Curitiba, Brasil.** Tese de Doutorado. Programa de Doutorado em Turismo e Desenvolvimento Sustentável, da Universidade de Las Palmas de Gran Canaria, Espanha, 2001.

GASTAL, Susana. **Turismo investigação e crítica.** São Paulo: Contexto, 2002.

GIL, Antônio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 1994.

GUEDES, Leonardo C. **O problema do turismo na sociedade pós-industrial.** In: BAHL, Miguel. *Perspectivas do turismo na sociedade pós-industrial.* São Paulo: Roca, 2003.

GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços. Rio de Janeiro.** Elsevier, 2003.

HALL, C. Michael. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos.** São Paulo: Contexto, 2001.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

HANNERZ, Ulf. **Cosmopolitas e locais na cultura global.** In: FEATHERSTONE, Mike. *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade.* Petrópolis: Vozes, 1999.

HOBSBAWN, Eric J. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991.** São Paulo: Campanha das Letras, 1995.

HOFFMAN, Douglas; BATESON, John. **Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos.** São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

JANSEN-VERBEKE, Myriam; LIEVOIS, Els. **Análise dos recursos históricos para o turismo urbano em cidades européias.** In: PEARCE, Douglas G.; BUTLER, Richard W. *Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos.* São Paulo: Contexto, 2002.

KHAN, Habibullah. **A explosão do turismo – decisões políticas em Cingapura.** In: TYLER, Duncan; GUERRIER, Yvonne; ROBERTSON, Martin. *Gestão de turismo municipal: teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos.* São Paulo: Futura, 2001.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing.** São Paulo: Prentice Hall, 2003.

_____. **Administração de marketing: a edição do novo milênio.** São Paulo: Prentice Hall, 2000.

_____. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** São Paulo: Atlas, 1998.

KRIPPENDORF, Jost. **Desenvolvendo o turismo em harmonia com os seres humanos e o ambiente natural**. In: GASTAL, Susana; BENI, Mário C.; CASTRIGIOVANNI, Antônio C. Turismo e investigação científica. São Paulo: Contexto, 2002.

_____. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2000.

_____. **The holiday makers – understanding the impact of leisure and travel**. Oxford: Heinemann, 1988.

LAKATOS, Eva Maria.; MARCONI, Marina. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2004.

LANGOWISKI, Vera B. **Contribuição para o estudo dos usos e costumes do praieiro do litoral de Paranaguá**. In: Cadernos de Artes e Tradições Populares Museu de Arqueologia e Artes Populares, Paraná, 1973.

LICKORISH, Leonard; JENKINS, Carson. **Una introducción al turismo**. Síntesis: Madrid, 1997.

LIRA, Marisa. **Migalhas folclóricas**. Rio de Janeiro: Laemmert, 1951.

LOBO, R. Haddock. **História geral**. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1971.

MARCELLINO, Nelson C. **Lazer e humanização**. Campinas: Papirus, 1983.

MARCHETTE, Tatiana D. **Monumentos da arquitetura religiosa de Paranaguá**. Curitiba: IPHAN, 1999.

MARIANI, Milton. **Turismo e meio ambiente no paraíso das águas**. Campo Grande: UCDB, 2003.

MATHIESON, Alister; WALL, Geoffrey. **Repercusiones económicas, físicas y sociales**. México: Trilhas, 1990.

MENESES, Ulpiano. **Os “usos culturais” da cultura: contribuição para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais**. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani; CRUZ, Rita de Cássia. Turismo: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1999.

MILLS, C. Wright. **A elite do poder**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1962.

MOLINA, Sérgio. Turismo: metodologia e planejamento. São Paulo: Edusc, 2005.

_____. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

_____.; RODRÍGUEZ, Sergio. **Planejamento integral**. São Paulo: Edusc, 2001.

MONTANER MONTEJANO, Jordi. **Psicología del turismo**. Madrid: Síntesis, 1996.

MORGENSTERN, Algacyr. **Porto de Paranaguá, contribuição à história: período 1648-1935**. Paranaguá: Administração dos Portos de Paranaguá e Antonina, 1981.

MOTTA, Diana M; MUELLER, Charles C; TORRES, Marcelo. **A dimensão urbana do desenvolvimento econômico-espacial brasileiro** – Texto para discussão. N. 530. Brasília: Ipea, 1997.

MUNOZ DE ESCALONA, Francisco. **El análisis económico y el turismo**. Estudios Turísticos, Instituto de Estudios Turísticos, nº 130, pg. 51-69, 1996.

NASCIMENTO JÚNIOR, Vicente. **História, crônicas e lendas: Paranaguá**. Curitiba: Vicentia, 1980.

OLIVEIRA, Djalma P. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. São Paulo: Atlas, 2002.

OMT. **Introdução ao turismo**. Organização Mundial do Turismo. São Paulo: Roca, 2001.

_____. **Recommendations on Tourism Statistics**. Organização Mundial do Turismo, vol. 1, nº 1, pg. 1-82, 1994.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

PALHARES, Guilherme L.; **Transportes turísticos**. São Paulo: Aleph, 2002.

PARANÁ TURISMO. **Estudo da demanda turística do Litoral**. Secretaria de Estado do Turismo. Curitiba, 2004.

PARANÁ TURISMO. **Estudo da demanda turística do Litoral**. Secretaria de Estado do Turismo. Curitiba, 2002.

PARANAGUÁ (Paraná). Prefeitura Municipal. Dados disponíveis em: www.paranaguá.pr.gov.br. Acesso em: 20 fev. de 2006.

PEARCE, Douglas. An integrative framework for urban tourism research. **Annals of Tourism Research**. Londres, v. 28, n. 4, p. 926–946, 2001.

_____. **Geografia do turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens**. São Paulo: Aleph, 2003.

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

PIRES, Mário Jorge. **Gestão de cidades históricas para o turismo: questões teóricas e práticas**. Turismo em Análise, vol. 14, n. 2, p. 1-128, 2003.

PORTER, Michael E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. 28 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1989.

PORTUGUEZ, Anderson P. **Consumo e espaço: turismo, lazer e outros temas**. São Paulo: Roca, 2001.

_____; TEUBNER JR., Fernando. **Turismo, conservação ambiental e planejamento urbano em “cidades históricas”**: o caso de São Mateus (ES). In: PORTUGUEZ, Anderson. Consumo e espaço – turismo, lazer e outros temas. São Paulo: Roca, 2001.

PRADO FILHO, Omar B. **O Orçamento da União, planejamento urbano e o Estatuto da Cidade**. Sociedade e Cultura, vol. 5, n. 2, p. 171-181, 2002.

PROGRAMA DE RECUPERAÇÃO DO SETOR HISTÓRICO DE PARANAGUÁ. Prefeitura Municipal de Paranaguá. Paranaguá, 2004.

QUILOTE, J. **A história de Paranaguá**. Instituto Histórico e Geográfico de Paranaguá, 1989.

RABAHY, Wilson A. **Turismo e desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento**. Barueri: Manole, 2003.

RAMOS, Dufflio. **História da civilização brasileira**. São Paulo: Saraiva, 1965.

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

RIPOLL Y HERNÁNDEZ, Graciela. **Turismo popular: inversiones rentables**. México: Trilhas, 1999.

RODRIGUES, Adyr Balastrelí (org.) **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1999.

RODRIGUES, Arlete Moysés. **Desenvolvimento sustentável e a atividade do turismo**. In: RODRIGUES, Adyr Balastrelí (org.) Turismo e desenvolvimento local. São Paulo: Hucitec, 1999.

ROSSETTI, José Paschoal. **Introdução à Economia**. São Paulo: Atlas, 1997.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. São Paulo: Papirus, 2000.

SACHS, Ignacy. **Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente**. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

_____. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SAMARA, Beatriz S.; BARROS, José C. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

SANTOS, Antonio Vieira dos. **Memória Histórica de Paranaguá**. Curitiba: Vicentina, 2001.

SANSOLO, Davis G. **Turismo: aproveitamento da biodiversidade para a sustentabilidade**. In: AZEVEDO, Julia; IRVING, Marta. Turismo: o desafio da sustentabilidade. São Paulo. Futura: 2002.

SAINZ DE VICUÑA. José M. **El plan de marketing en la práctica**. Madrid: Esic, 1999.

SOUZA, Nali de Jesus de. **Desenvolvimento econômico**. São Paulo: Atlas, 1997.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética.** São Paulo: Aleph, 2000.

TRIGO, Luiz Gonzaga. **Turismo e qualidade: tendências contemporâneas.** Campinas: Papirus, 1993.

TYLER, Duncan; GUERRIER, Yvonne; ROBERTSON, Martin. **Gestão de turismo municipal: teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos.** São Paulo: Futura, 2001.

TAVARES, Moura C. **Gestão estratégica.** São Paulo: Atlas, 2005.

TOURINHO, Luiz Carlos P. Porto, **Ferrovia, Separatismo, Etc.** Curitiba. Editoração Eletrônica, 1993.

TRIGO, Luiz G. **Turismo e qualidade: tendências contemporâneas.** Campinas: Papirus, 2001.

TULIK, Olga; ROQUE, Irene. **Turismo e cultura local: a herança histórica de São Vicente – São Paulo.** Turismo em Análise, vol. 14, n. 2, p. 1–128, 2003.

TUNBRIDGE, John. **Gestão de turismo em Ottawa, Canadá – cultivo em um ambiente frágil.** In: TYLER, Duncan; GUERRIER, Yvonne; ROBERTSON, Martin. Gestão de turismo municipal: teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos. São Paulo: Futura, 2001.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas.** São Paulo: Studio Nobel, 1999.

VALLS, Josep-Francesc. **Las claves del mercado turístico: como competir en el nuevo entorno.** Bilbao: Deusto, 1996.

VIEIRA, L. **Constituição e meio ambiente: as raízes e o sonho.** In: PÁDUA, J. Os desafios da política no Brasil. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1987.

WACHOWCZ, Ruy. **História do Paraná.** Curitiba: Gráfica Vicentina, 1988.

WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura.** Bauru: Edusc, 2000.

WESTPHALEN, Cecília Maria. **Porto de Paranaguá: um sedutor.** Curitiba: Secretaria de Estado da Cultura, 1998.

_____.; Cardoso, J. **Atlas Histórico do Paraná.** Curitiba: Criar, 1986.

ANEXO A – Ilustrações dos recursos urbanos: monumentos, arquitetura civil e religiosa.

Figura 1 - Casa da Cultura Monsenhor Celso e Casa da Música Brasília Itiberê.



Fonte: acervo do autor.

Figura 2 – Mercado Municipal do Café.



Fonte: acervo do autor.

Figura 3 – Mercado do Artesanato.



Fonte: acervo do autor.

Figura 4 – Rua da Praia.



Fonte: acervo do autor.

Figura 5 – Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá – MAEP.



Fonte: acervo do autor.

Figura 6 – Localização do Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá – MAEP entre o conjunto de edificações na Rua da Praia.



Fonte: acervo do autor.

Figura 7 – Museu do Instituto Histórico e Geográfico de Paranaguá.



Fonte: acervo do autor.

Figura 8 – Igreja de Nossa Sra. do Rosário – Catedral.



Fonte: acervo do autor.