

A SÍNTESE DA TEORIA DO ESPAÇO TURÍSTICO E OS MUNICÍPIOS DA ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO VALE DO RIO PARDO – ATURVARP: MAPEAMENTO DAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS REGIONAIS

Andyara Lima Barbosa Viana*

Universidade de Santa Cruz do Sul

RESUMO Este trabalho tem origem no estudo denominado “A Teoria do Espaço Turístico e os Municípios que Compõem a Associação de Turismo do Vale do Rio Pardo: Mapeamentos do Espaço Turístico Regional” (Viana,2001), realizado no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado, da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Rio Grande do Sul (RS), Brasil (BR), na área de concentração econômico-organizacional. O trabalho de pesquisa, definiu e mapeou a oferta turística potencial dos catorze municípios que formam a Associação de Turismo do Vale do Rio Pardo. A partir das determinações em nível municipal, partiu-se para os estudos no plano do espaço regional formado pelos municípios pesquisados. Nesse plano, com a localização pontual dos atrativos, a classificação da planta e da infra-estrutura turística, determinou-se, com base em Roberto Boullón, os espaços turísticos formatados, as potencialidades da oferta turística, a sua vocação e as possibilidades para o desenvolvimento do Turismo na Região do Vale do Rio Pardo.

Palavras-chaves: **espaço turístico, planejamento físico, planta turística, mapeamentos, potencialidades.**

O trabalho que aqui se apresenta, encerra, em termos epistemológicos, uma abordagem hipotética-dedutiva, cujo método se inicia pela percepção de uma lacuna nos conhecimentos. Apresenta afinidades e semelhanças com o racionalismo crítico de Karl Popper, que inspira o Princípio da Epistemologia Dinâmica, onde o método da ciência não é caracterizado pela busca da verificação ou da confirmação de hipóteses, mas é caracterizado como parte de uma nova idéia de ciência que, como é um caminho, não conduz invariavelmente à verdade, eis que ela não existe, pois o conhecimento é não um fato, mas um processo, em que as verdades científicas não são definitivas. (Lakatos e Marconi, 1995; Junior, 1998). Acredita-se que, em se tratando de Turismo, o Princípio da Epistemologia Dinâmica é perfeito pois, além de ser o Turismo um fenômeno recente, o seu caráter ativo - evolucionista , nos remete constantemente a afirmação

* Mestre em Desenvolvimento Regional –Universidade de Santa Cruz do Sul/UNISC-RS; Especialista em Marketing –Escola Superior de Propaganda e *Marketing/ESPM-SP* e em *Marketing* e planejamento Turístico/SEPLANTEC-BAHIATURSA-BA; Bacharel em Turismo – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande de Sul/PUC-RS; Docente e coordenadora do Curso de Bacharelado em Turismo da UNISC.

de Curzon (1859-1925), citado por Beni (1998, p. 17): “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”.

Desta forma, o presente estudo, de caráter inédito, desenvolveu-se na área de abrangência da Região do Vale do Rio Pardo (FIGURA 01) e, dentro dessa, no espaço regional formado pelos catorze Municípios que compõem a Associação de Turismo do Vale do Rio Pardo (Rio Pardo, Encruzilhada do Sul, Santa Cruz do Sul, Venâncio Aires, Candelária, Sobradinho, Vera Cruz, Boqueirão do Leão, Ibarama, Passo do Sobrado, Sinimbu, Vale do Sol, Passa Sete e Vale Verde).

A temática foi escolhida, inicialmente, por não existirem estudos técnico-teóricos de Turismo sobre a realidade física territorial da oferta turística na Região do Vale do Rio Pardo e, principalmente, por julgar-se pertinente a elaboração de estudos dessa natureza, em um território que se caracteriza por apresentar a sua economia embasada no minifúndio familiar especializado na monocultura do fumo. A fumicultura representa cerca de 64% do produto interno regional e boa parte da renda por ela gerada não fica na Região, sendo enviada para fora através das exportações (Spies, 1997). Nesse panorama, o Turismo pode representar, dentro dos paradigmas da sustentabilidade, uma opção de diversificação e incremento da economia local.

Centralizada, portanto, nos estudos de composição física da oferta turística, que figuram como a parte inicial e, porque não dizer, principal no sentido de alicerçar a formação de planos para o desenvolvimento do Turismo, tanto em locais onde esse se apresenta de maneira potencial, quanto em locais onde ele se realiza de maneira efetiva, esse trabalho enquadra-se, portanto, como item preliminar básico para o planejamento turístico.

Basicamente recentes, as práticas metodológicas de planejamento do Turismo tiveram a sua origem no final dos anos 40. Seu referencial teórico pode ser traduzido como aportes conceituais, estruturais e explicativos referentes à estrutura formal do planejamento. Nesse contexto, salienta-se de forma evidente, a obra do especialista internacional em Turismo, Roberto C. Boullón que, em seus livros “Planificación del Espacio Turístico” e “Los Municípios

Turísticos” escritos nos anos de 1985 e 1990, e editados pela 3ª e 2ª vez, respectivamente, em 1997, consegue ir além dos aspectos conceituais, estruturais e explicativos do planejamento, traduzindo-o em termos de operacionalização ou melhor, colocando-o em termos de “fazer”. Através de tradução e transcrição que uniu os dados práticos do “como fazer” encontrados nas duas obras anteriormente referenciadas, estabeleceu-se a Teoria do Espaço Turístico.

- A Teoria do Espaço Turístico está aqui designada com o nome de Síntese Teórica e, estuda, define e classifica o espaço turístico de forma resumida. A Síntese elenca os principais critérios e elementos de composição deste espaço, a saber: *Elementos Fim de Configuração da Oferta Turística* - Atrativos naturais; Atrativos culturais; Infra-estrutura de acesso – transporte e comunicação; Planta turística básica – equipamentos e serviços de alojamento, alimentação e entretenimento; Planta turística complementar – equipamentos, serviços de agenciamento receptivo, centro de eventos, comércio e transporte turístico; *Elementos de Configuração da Zona Turística* - Atrativos, em número mínimo de dez unidades; Atrativos, em número de vinte ou mais unidades, para poder dividir-se em áreas; Equipamentos e serviços turísticos receptivos – planta turística; Infra-estrutura de acesso - transporte e comunicação unindo os seus principais elementos e unindo-os com os outros elementos do espaço turístico; *Zona Parcialmente Potencial* - Atrativos isolados, sem infra-estrutura de acesso - transporte e comunicação e/ou equipamentos e serviços turísticos receptivos incompletos – planta turística incompleta; *Zona potencial* - Planta turística incompleta – equipamentos e serviços turísticos receptivos incompletos e/ou a infra-estrutura de acesso incompleta - somente transporte ou sem infra-estrutura de acesso – sem transporte e comunicação; *Elementos de Configuração da Área Turística* - Atrativos em número mínimo de dez unidades distintas e contíguas, conectadas pela infra-estrutura de acesso - transporte e comunicação; Existência mínima de um certo centro turístico; Apresentação de estreitamentos que a separem de forma natural, delimitando-a; *Área potencial ou parcialmente potencial* - se a sua dotação de infra-estrutura de acesso - transporte e comunicação e de equipamentos e serviços turísticos receptivos for inexistentes ou incompletos – planta turística inexistente ou incompleta; *Elementos de Configuração do Centro Turístico* - Atrativos, localizados em um raio médio de influência de duas horas de distância-tempo; Completa infra-estrutura de acesso – transporte e comunicação e equipamentos e serviços turísticos receptivos básicos e complementares completos: hospedagem, alimentação, lazer, agências de viagens receptivas, locais para realização de eventos, comércio turístico e

transportadoras turísticas; e serviços de apoio – adicionais tais como: comércio de conveniências, abastecimentos e conserto de veículos, salões de beleza e outros; *Centro turístico de distribuição* - Núcleo urbano como base de distribuição para os atrativos localizados no raio de influência; Atrativos que numericamente justifiquem a permanência média de dois dias; *Centro turístico de excursão* - Oferta de um ou mais atrativos turísticos em um mesmo espaço físico e localizados no raio de influência do centro de distribuição; Atrativos que não demandem, para sua visitação, uma permanência superior a algumas horas de estada; Disponibiliza o de instala oes do tipo: estacionamento, sanitárias, áreas de descanso e convivência e de acesso, de segurança e de prote o aos atrativos; Equipamentos e serviços turísticos receptivos básicos e complementares de alimenta o e comércio turístico – *souvenirs*, artigos t picos e de conveniência ao turista e os equipamentos e serviços adicionais de informaçoes e guias, aluguel de acessórios para visita o / aprecia o do local (quando for o caso); *Centro turístico de estada* - Um atrativo principal, cujo desfrute justifique e motive uma maior permanência média; Uma maior e mais diversificada oferta de equipamentos e serviços turísticos receptivos básicos de alojamento e entretenimento, com uma necessidade menor de agenciamento local; Completa oferta de equipamentos e serviços adicionais, sendo os serviços de loca o de imóveis imprescindíveis; *Centro turístico de escala* - Localiza-se nos “cruzamentos” ou “nós” da rede de transporte; Caracteriza-se por ser um local de paradas intermediárias nos percursos de longa distância; Pode ser um local de troca do sistema de transporte; Permanência não superior a algumas horas ou a uma noite; Não, necessariamente, precisa oferecer atrativos; Deve possuir equipamentos turísticos receptivos serviços básicos e complementares incompletos - alojamento do tipo hotel, motel e *trailer-parks*; alimenta o e algumas op oes de lazer comércio turístico – *souvenirs* e conveniências; e equipamentos e serviços adicionais - abastecimento e conserto de veículos; ***Elementos de Configura o do Complexo Turístico*** - Oferta de até nove atrativos, configurados em agrupamento(s) numericamente igual(is) ou maior(es) do que o de um centro de distribui o e menor(es) do que uma zona (mínimo de dez atrativos); Mínimo de um atrativo de hierarquia superior, associado a atrativos complementares; Atrativos que motivem e justifiquem uma permanência igual ou superior a três dias; atrativo de hierarquia superior deve ter tipologia diversa   dos atrativos que servem de base para os centros de estada; Presença mínima de um centro turístico de distribui o; *Elementos de Configura o da Unidade Turística* - Oferta de um atrativo turístico principal, de explora o seletiva; Ocorrência ou não de atrativos complementares; Não-existência de popula o permanente; Equipamentos e serviços turísticos

receptivos básicos e complementares incompletos - alojamento, alimentação, lazer e comércio de interesse turístico; *Elementos de Configuração do Núcleo Turístico* - Oferta mínima de dois e máxima de nove atrativos turísticos; Não-existência de infra-estrutura de acesso completa - transporte e/ou comunicação; Não-existência ou existência incompleta de equipamentos e serviços turísticos receptivos básicos e complementares, com funcionamento rudimentar; *Elementos de Configuração do Conjunto Turístico* - Oferta mínima de dois e máxima de nove atrativos turísticos; É a evolução da unidade que realiza a consolidação de seu funcionamento através da implantação, complementação e/ou da previsão de implantação, complementação da infra-estrutura de acesso e de equipamentos e serviços turísticos receptivos básicos e complementares adequados; *Elemento de Configuração do Corredor Turístico* - Estrutura longitudinal; *Corredor turístico de traslado* - Preferencialmente, apresentar paisagem de relevante aspecto visual; Atrativos turísticos linearmente distribuídos ao longo do seu percurso; Possibilidade de implantação da franja de proteção visual; Raio médio de influência de dez minutos de distância – tempo; Atrativos que demandem visitação com permanência média de 25 minutos; Equipamentos e serviços turísticos receptivos básicos e complementares incompletos e adicionais, localizados junto ao corredor, da seguinte tipologia: postos de abastecimento, borracharias, oficinas mecânicas, sanitários, serviços de alojamentos, de alimenta o e comércio de interesse turístico; *Corredor turístico de estada* - Ser amplo, com largura de até 5 quil metro ou apresentar a possibilidade de assim o ser; Apresentar atrativo do tipo longitudinal e/ou atrativos escalonados, com pequenas distâncias entre si; Permitir, preferencialmente, acesso frontal aos muitos pontos de interesse do atrativo longitudinal; Apresentar ou permitir a distribui o linear ou escalonada de alojamentos; Funcionar, ou poder vir a funcionar, de forma a conjugar um centro com um corredor turístico.

Com o Síntese Teórica pode-se obter respostas e dire es no sentido de “chegar” ao principal objetivo do presente estudo que foi identificar a voca o do Vale do Rio Pardo e defini-lo em termos de oferta e possibilidades para o seu desenvolvimento turístico.

Para a apresenta o do objeto de estudo - os municípios da ATURVARP, e para a identifica o da oferta turística, realizaram-se pesquisas bibliográficas, documentais e pesquisa de campo (entrevistas), junto a prefeituras e proprietários de estabelecimentos integrantes da planta turística (possíveis equipamentos e serviços turísticos – receptivos). Para a coleta de

dados e estudo da oferta turística potencial, utilizou-se como instrumento o “Questionário para Identificação da Matéria-Prima para a Produção da Atividade Turística”. O questionário esteve composto de seis partes (Informações Gerais, Patrimônio Natural, Patrimônio Cultural, Equipamentos e Serviços Turísticos, Infra-estrutura Básica e Gestão Turística Público - Institucional). Esse tipo de pesquisa, em Turismo, denomina-se comumente de Inventário da Oferta Turística. Para este estudo, o instrumento de pesquisa para a coleta de dados foi, especialmente, elaborado. Para tanto, idealizou-se um novo instrumento para a coleta de dados – inventariação da oferta turística que, baseado na metodologia original adotada pela Organização dos Estados Americanos – OEA, adaptada à realidade brasileira, no ano de 1981, pelo Centro Brasileiro de Informações Turísticas da então Empresa Brasileira de Turismo (hoje Instituto Brasileiro de Turismo) – CEBITUR/EMBRATUR, e inspirando-se no instrumento utilizado pela Secretaria de Estado do Turismo – SETUR (Fichas para Identificação do Produto Turístico), no Relatório de Informações Turísticas – RINTUR da EMBRATUR e em outros modelos propostos por estudiosos do setor [Stephen (1992), Miossec (1995), Ruschmann (1997), Beni (1998) e Vieira (1999)], resultou no instrumento de pesquisa utilizado neste trabalho, já anteriormente nomeado. O modelo de inventário adotado, a exemplo de outros, pode desenvolver, entre suas modalidades de aplicação, pesquisas exploratórias que buscam novos atrativos turísticos e avaliam as condições qualitativas da oferta. No presente trabalho, ele não foi com estas finalidades aplicado.

Os questionários foram aplicados no segundo semestre do ano de 1999, período em que efetivaram-se as pesquisas, através de visitas as Prefeituras e empreendimentos, com entrevistas e coleta de materiais. Os resultados foram compilados de maneira individualizada de forma a contemplar os catorze Municípios que formam a Associação de Turismo do Vale do Rio Pardo. Os procedimentos metodológicos para a análise e a interpretação dos dados coletados, deram-se em consonância com a síntese da Teoria do Espaço Turístico, que foi aplicada, através da identificação e localização pontual - mapeamento da oferta turística (procedimento que realiza a distribuição territorial, localizando pontualmente os atrativos e definindo os demais elementos da oferta turística).

Nesta etapa, o trabalho assume o seu caráter coletivo - regional e, através da localização pontual dos atrativos, da definição da infra-estrutura e da planta turística, se processa o mapeamento de definição dos elementos e dos espaços turísticos regionais. Detectando os agrupamentos e as concentrações que naturalmente se apresentam, visualiza-se a Teoria do

Espaço Turístico aplicada ao território formado pelos Municípios que compõem a Associação de Turismo do Vale do Rio Pardo.

Em consonância com os seus objetivos e pretensões, esse trabalho identificou o seguinte cenário potencial de ofertas para a constituição do futuro produto turístico regional constituído pelos Municípios da ATURVARP .

Figura 02: Potencialidades para a composição do espaço turístico regional da ATURVAR

- um centro turístico de distribuição, no município de Santa Cruz do Sul;
- dois centros turísticos de excursão, nos municípios de Rio Pardo e Candelária;
- dois corredores turísticos de traslados na subida da serra;
- um corredor turístico de estrada junto ao Rio Jacuí;
- seis pontos com atrativos complementares localizados em centros de excursão parcialmente potenciais, nos municípios de: Encruzilhada do Sul (com atrativos do tipo exploração de mineral, florísticos e históricos); Vale do Sol (com roteiros históricos – étnico-culturais e propriedades rurais); Boqueirão do Leão (com atrativos do tipo hidromorfológicos); Sinimbu (com atrativos étnico-culturais e naturais hidromorfológicos); Venâncio Aires (com o roteiro cultural do chimarrão) e Vale Verde (com atrativos ligado à fauna silvestre – reserva natural de garça campeira);
- registra-se, ainda, que nos centros de excursão localizados em Rio Pardo e Candelária, e no centro de distribuição identificado em Santa Cruz do Sul, existem vários atrativos complementares tais como: sítios arqueológicos, roteiros culturais e hidromorfológicos (Rio Pardinho e Boa Vista), arquitetura civil e religiosa, museus, propriedades rurais e outros.

A partir dos espaços definidos em consonância com a síntese do marco teórico, pode-se sugerir que, no sentido de fomentar a promoção do desenvolvimento autóctone e democrático da atividade turística, sejam privilegiados empreendimentos prestadores de serviços receptivos adequados a cada um dos tipos de espaços turísticos encontrados, como segue:

- em centros turísticos de distribuição devem ser priorizados os serviços hoteleiros em todas as suas modalidades; o agenciamento do Turismo receptivo; os serviços de informações e as transportadoras turísticas; de forma parcial deve-se investir em serviços de alimentação, lazer e comércio turístico – conveniências, principalmente;

- em centros turísticos de excursão devem ser priorizados os empreendimentos prestadores de serviços de alimentação, receptivos de informações e guias e o comércio turístico – *souvenirs* e conveniência;
- em centros turísticos de estada, a necessidade de serviços de agenciamento receptivos é menor; porém são maiores as necessidades de serviços de hospedagem, inclusive nas modalidades de imóveis de aluguel e apart-hotéis; também é grande a necessidade de empreendimentos com oferta variada e diversificada de equipamentos e serviços de lazer e de alimentação;
- os corredores turísticos de traslados devem priorizar empreendimentos que ofereçam serviços de abastecimento e conserto de veículos; serviços de alimentação; opções de alojamento; venda de *souvenirs* e conveniências e locais para descanso com equipamentos sanitários;
- no corredor turístico de estada, que desempenha uma função advinda da combinação de um centro de estada e de um corredor de traslado, são desejáveis empreendimentos idênticos aos recomendados para duas dessas tipologias de espaço turístico;
- junto aos pontos turístico devem ser disponibilizados espaços para estacionamento e circulação de veículos; instalações sanitárias; serviços de alimentação; comércio turístico – *souvenirs* e conveniências; serviços receptivos – guias, recepcionistas e informações; infraestrutura física adequada que permita uma perfeita, segura e equilibrada visitação ao atrativo; locais para descanso e convivência e serviços de locação de equipamentos para o desfrute do atrativo, quando for o caso.

Conforme já foi colocado anteriormente, o espaço regional formado pela AMTURVARP configurou a possibilidade de se colocar no mercado como um complexo turístico, com corredores e vários centros turísticos de excursão. Hoje, a realidade do Vale é potencial, pois a sua planta turística é incompleta em termos de equipamentos e serviços turísticos. Nesse sentido, os empreendimentos a serem estabelecidos devem ser direcionados a fim de atender à carência dos serviços receptivos, porém de acordo com as características de cada espaço turístico potencial identificado.

A regionalização é o caminho para o desenvolvimento do Turismo no Vale do Rio Pardo. Essa tendência é uma realidade mundial na composição de produtos relevantes e

atraentes, através da soma de aparatos que, isolados não teriam potencial de atratividade para permitir e sustentar investimentos em Turismo. Seria a composição de produtos, dispostos no complexo turístico regional, integrados e formatados com identidade própria, específica e, dentro do possível única, atingindo-se o que de melhor pode-se extrair dos conceitos e das práticas de regionalização e globalização: a idéia lógica, coerente e objetiva de união, em todas as instâncias dos recíprocos e mútuos interesses locais.

Quanto à vocação turística do Vale, acredita-se que ela possa ser definida em função do seu expressivo patrimônio cultural, material e imaterial, construído ou espontâneo. O Vale do Rio Pardo é “passado e presente” forjado por etnias. No Vale, o Turismo é étnico – cultural, pois sob este “guarda-chuva” identificamos a maioria de seus atrativos. O Vale é português, alemão e, em menor escala, negro e italiano, entre outras etnias. Seu cenário colonial e rural é verde com muitas opções junto a recursos hídricos. Seus atrativos, naturais e culturais de categorias diversas, devem ser “costurados” pela riqueza das etnias e por todas as nuances que elas determinam. O seu apelo comercial deve se dar através das etnias e da ruralidade colonial, traduzida em usos, costumes e práticas de ontem e de hoje. Ruralidade e etnia devem servir de “pano de fundo” para a colocação da RVRP no mercado turístico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 - BENI, Mario Carlos. *Análise estrutural do Turismo*. São Paulo: Editora SENAC, 1998. 477 p.
- 2 - BOULLÓN, Roberto C. *Los municipios Turísticos*. 2 ed. México: Trillas, 1997. 110 p.
- 3 - _____. *Planificación del espacio turístico*. 3 ed. México: Trillas, 1997. 245 p.
- 4 - EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. RINTUR - *Roteiro para Informações Turísticas*. Ano base 1997 [s. l.]: EMBRATUR [s. d.]
- 5 - JUNIOR, Orivaldo P. Lopes. A Religião e a Ciência da Religião. Trabalho apresentado no Seminário Temático ST07 “Secularização e Pluralismo”. In: VII Jornadas sobre Alternativas Religiosas na América Latina. São Paulo, set. 1998, 19 p.
- 6 - LAKATOS, E. M., MARCONI, M. de A. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Atlas, 1985.
- 7 - MIOSSEC, Jean-Marie. *Um modèle de l'Espace Touristique*. In: *Révue Géographique*. n.1 Aix-en Provence, 1985.
- 8 - RUSCHMANN, Doris van de Meene. *Turismo e Planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. Campinas: Papyrus, 1997. 199 p.
- 9 - SPIES, Rosalice Silva. *O Impacto de uma variação na demanda regional final sobre a economia do Vale do Rio Pardo*. Est. CEPE, Santa Cruz do Sul: EDUNISC n. 5, p. 95 –115, jan./jun., 1997.
- 10 - STEPHEN, L. J. Smith. *Geografia recreativa: investigação de potenciais turísticos*. México: Trillas, 1992.
- 11 - TITTON, Nadir. *Planejamento da informação turística: inventário da oferta turística*. Rio de Janeiro: EMBRATUR, 1981. Polígrafo, 15 p.
- 12 - VIANA, Andyara Lima Barbosa. A Teoria do Espaço Turístico. ao Municípios da Associação de Turismo do Vale do Rio Pardo – ATURVARP: Mapeamento do Espaço Turístico Regional. Santa Cruz do Sul: 2001, (Mestrado), Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, 584p...

- 13 - VIEIRA, João Francisco Leite. *Inventário turístico*. In: Congresso Brasileiro de Turismo – XIX ENBETUR, 5, 1999, Campo Grande – MS: Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo – ABBTUR, 1999. 18 p.