

PLANEJAMENTO DE UM DESTINO TURÍSTICO PROJETO TURÍSTICO PASSADAS – A ARQUITETURA DO OLHAR

Ivane Fávero¹

Resumo: O artigo trata sobre a administração pública do turismo no Município de Garibaldi – RS e aborda as etapas e os estudos que precedem a formatação de um produto turístico. Descreve o planejamento participativo ocorrido no município e enfoca a construção de um projeto turístico de intervenção do patrimônio histórico arquitetônico urbano de um município, intitulado *Passadas – A Arquitetura do Olhar*. Cita alguns resultados já alcançados e a preocupação com a sustentabilidade deste projeto.

Palavras-chave: planejamento público do turismo; patrimônio histórico arquitetônico; Projeto Turístico Passadas; Garibaldi – RS.

A administração pública e participativa do turismo

Locais que preservam um diferencial, que preservam sua história e cultura, num mundo cada vez mais globalizado e homogêneo, tornam-se alvo do interesse de turistas e da especulação de operadoras e agências de turismo, além de possíveis investidores. Como controlar essas transformações, como torná-las mais positivas? Essa é a preocupação de Garibaldi e de boa parte dos municípios do Brasil e do mundo que buscam o desenvolvimento do turismo em harmonia com os desejos da comunidade.

Geralmente, conforme cita Hall (2001, p. 29), a intervenção do governo quanto ao planejamento turístico se dá como resposta aos impactos negativos do turismo. Essa seria, segundo o autor, a antítese do planejamento. Em Garibaldi, aconteceu o contrário. A proposta

¹ Professora e orientadora do Curso de Turismo do Campus Universitário da Região dos Vinhedos - Universidade de Caxias do Sul. imrfaver@ucs.br

foi desenvolver o turismo, através de um planejamento não-tecnocrático de turismo, visando à sustentabilidade, tendo como foco central o bem ou interesse público.

Assim, a partir de 2001, houve uma mudança no governo local, que adotou uma nova postura com relação ao turismo. A nova administração, entendendo a importância de planejar o município a longo prazo, priorizando a qualidade de vida da população local, o desenvolvimento e não o simples crescimento, percebeu no turismo uma oportunidade e entendeu que o mesmo merece ser tratado como uma atividade que deveria ser promovida, desenvolvida, com o intuito de beneficiar o município e sua população. Encarado dessa forma, o desenvolvimento do turismo deveria ser conduzido por um profissional do setor, alguém que tivesse a formação e a prática do planejamento turístico e que fosse conhecedor da realidade regional e local, quanto às características socioeconômicas e culturais.

Procedeu-se, então, a contratação de um bacharel em turismo, com especialização em Gerenciamento do Desenvolvimento Turístico, com experiência em planejamento público do turismo e nativo da região. Esse profissional, contratado como empresa de assessoria, veio integrar-se ao corpo da Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio, assumindo a missão de gerenciar o turismo para o desenvolvimento do município, utilizando seu conhecimento teórico para a aplicabilidade do planejamento do turismo para o desenvolvimento.

Teoria e planejamento, portanto, caminham lado a lado. Entretanto, a teoria do planejamento – e a teoria de planejamento turístico, em especial – muitas vezes é considerada tendo uma frágil base teórica – se é que é considerada tendo um fundamento teórico. Todavia, a teoria do planejamento possui a capacidade de influenciar a prática e tornar explícitas suposições anteriores sobre a natureza do planejamento turístico, dessa forma oferecendo a oportunidade de se refletir e melhorar o processo de planejamento de determinados objetivos e metas (HALL, 2001, p. 71).

Após o diagnóstico da oferta turística, incluindo serviços, infra-estrutura e atrativos, procedeu-se ao primeiro esboço de um plano de desenvolvimento do turismo. Então, antes de iniciarem as discussões com a comunidade, já se tinha claros alguns pontos básicos que seriam seguidos no desenvolvimento do turismo:

- 1º) formatação do Produto Turístico;
- 2º) capacitação Profissional;
- 3º) promoção.

Através de convênio com a Associação de Turismo da Serra Nordeste – Atuaserra,² foi buscado o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (Sebrae), que destinou um consultor da área de arquitetura, além da participação ocasional de um técnico da área de biologia, para assessorar no processo de formatação do produto turístico. Também, através desse convênio, foram realizados cursos na área de atendimento ao turista; do artesanato, visando diversificá-lo e qualificá-lo; na produção agroindustrial, possibilitando maior qualidade dos produtos elaborados pelas famílias do interior do município, entre outros.

Nas primeiras reuniões foram convidados, através dos jornais e rádio local, pessoas que tivessem interesse em trabalhar com a atividade turística. O grupo reuniu-se e as primeiras definições foram em torno da imagem e do imaginário e, ainda, das potencialidades turísticas de Garibaldi. Foram apontados, como potencialidades turísticas:

- a) o patrimônio histórico-arquitetônico do centro da cidade;
- b) o espumante, visto a cidade ser conhecida como “Capital Brasileira do Champanha” e deter em torno de 60% da produção nacional;
- c) a beleza paisagística do interior do município; e
- d) a cultura local, com a forte influência da imigração italiana, predominante, e com traços da cultura francesa e sírio-libanesa.

Esse processo teve, início através de pesquisas locais para avaliar, e juntamente com a visão de atores do turismo e daqueles que sofrem o impacto da atividade turística. Com esses dados em mãos, foi então elaborada uma proposta de plano que abrangesse todas as pessoas envolvidas e contemplasse todas as informações trazidas pelo grupo, juntamente com a pesquisa dos antecedentes do turismo em Garibaldi. O Plano de Turismo de Garibaldi tem como objetivo:

Tornar Garibaldi um Município Turístico, priorizando o desenvolvimento sustentável do turismo, através da valorização do patrimônio cultural e natural, a geração de trabalho e renda e o fortalecimento da identidade e dos valores locais, visando o encantamento dos visitantes e, principalmente, a melhoria da qualidade de vida da comunidade. Primando por um modelo turístico que seja resultado de um planejamento integrado e participativo, desenvolvido sob os parâmetros da sustentabilidade, com respeito à identidade local, com aproveitamento adequado dos recursos culturais e naturais, coerente com esta cidade, rica de história e memória.

² Cabe salientar que a Atuaserra havia buscado integrar Garibaldi no desenvolvimento turístico regional desde 1998, quando se iniciou o Projeto “Turismo no Meio Rural e Agronegócios”, mas que, por desinteresse do Poder Público, não houve o engajamento do Município neste processo.

Foi no grande grupo de trabalho, conduzido pelos técnicos do Sebrae, com a participação da Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio, da Atuaserra, da comunidade e dos empresários interessados em discutir sobre o desenvolvimento do turismo em Garibaldi que se iniciou o delineamento do que seria priorizado nessa área. A primeira questão era transformar as potencialidades levantadas em produtos turísticos. Foi entendimento de todos, que o grande grupo deveria se dividir em três grupos: (a) um de empresários e profissionais ligados ao setor vitivinícola, produtor de espumantes; (b) outro formado pelos moradores do interior, com interesse na atividade turística; e (c) outro ainda pelos “amigos do patrimônio histórico”, pessoas interessadas na preservação do patrimônio arquitetônico, localizado no centro da cidade.

Iniciou-se um processo que envolveu reuniões semanais, pesquisa, visitas técnicas a outros roteiros e visitas internas, onde os próprios integrantes do grupo conheceriam as propriedades sugeridas para integrar um possível roteiro e opinar sobre as mesmas.

Formatação do Produto Turístico

Dessas potencialidades turísticas apontadas pelo grupo (o champanha, o centro histórico e o turismo rural), surgiu a possibilidade de formatar diferentes produtos turísticos. Entendendo as diferenças substanciais entre esses grupos de interessados, visto que o do champanha era formado por empresários; o do centro histórico por simpatizantes da preservação e alguns proprietários de residências e o do turismo rural, formado, basicamente, por agricultores, concomitantemente à capacitação destes para o trabalho com o turismo, iniciou-se a ênfase na formatação dos produtos turísticos e no posterior lançamento e comercialização desses novos produtos. Para tanto foi necessário o uso das ferramentas de *marketing*, havendo o entendimento de que era necessário estabelecer bases sólidas, com relação à qualidade do produto ofertado para, somente após esse processo, iniciar a promoção de Garibaldi como destino turístico.

Foram formatados, já no ano de 2001, três rotas turísticas (Rota dos Espumantes, Projeto Turístico Passadas – A Arquitetura do Olhar e Estrada do Sabor). O foco deste artigo é este último, que será apresentado a seguir.

Projeto Turístico Passadas – A Arquitetura do Olhar

O planejamento desse roteiro mereceu especial atenção, pois quando se trata de destinos históricos, como o Projeto Turístico Passadas, alguns perigos assombram, como o da “mercantilização do local”. O grupo baseou suas ações nos estudos de Hall (2001) e Barretto (2000). Barretto (2000, p. 75) defende que o planejador de turismo deve ter uma “intervenção consciente e profissional para que o patrimônio, as tradições – o legado cultural todo – possam ser transformados séria e conscientemente num produto turístico de qualidade, bom para ser usufruído também pela comunidade local”.

Hall (2001) aborda a questão do *design* em turismo, referindo-se à estrutura física e urbana, sua ordenação e funcionalidade. Cita Brand (1997), que afirma: “Edifícios apreciados são aqueles que funcionam bem, que agradam às pessoas que neles vivem, e que mostram sua idade e história”. O autor ainda afirma que “a perda da conexão é um tema importante em turismo, quer se trate de relacionamentos ambientais ou voltados para a cultura, como os conceitos de autenticidade”, e cita Beng (1995), para afirmar que “a produção de uma arquitetura voltada para o turismo distorce o tempo e o local. Existe uma tendência à homogeneidade por detrás das falsas aparências.” (HALL, 2001, p. 255). O que se busca é fugir da “disneyficação”, dentro do conceito apresentado pelo autor, como o que homogeneiza a vida e os espaços públicos ou, conforme Barretto, aquele que foge ao perigo de recriar “produtos pseudoculturais, sem mediação de pesquisa, no estilo hollywoodiano”.

Barretto (2001, p. 78) cita Pearce (1991, p. 122) para destacar os pontos básicos do planejamento do turismo com base no legado cultural, que seriam:

- preservação do prédio original (fachada);
- adoção de políticas de administração do bem;
- restrição ao número de visitantes.

O Projeto Turístico Passadas – A Arquitetura do Olhar, lançado em novembro de 2003, apresenta a história de sua gente, sua evolução, com seus conflitos, suas pessoas, o trabalho desenvolvido, a evolução, os fatos pitorescos, o dia-a-dia desse povo e desse local. Não se procurou construir uma história “para turista”, mais bela, atraente ou pomposa, mas trazer à tona a construção histórica do local.

A arquitetura dos 34 prédios que fazem parte do projeto, ornamentados com delicados detalhes (flores, frutas, compoteiras, caras e corpos, destacando-se as figuras femininas e infantis), forma um conjunto arquitetônico do período eclético e, juntamente com o traçado das ruas, personifica o estágio socioeconômico e cultural de uma época ou de diversos períodos históricos, contando a evolução dessa comunidade.

É destaque do Projeto, além dos casarios que datam do início do século passado, a Rua Buarque de Macedo, que serviu de ligação entre Montenegro até Lagoa Vermelha e desta até outros estados, por onde, no mesmo período, trafegavam mascates e tropeiros que traziam, além de produtos, informações de outras localidades. Para atender a esse tráfego de pessoas, foram se instalando na antiga estrada artesãos, ferreiros, ourives, armazéns, casas de pasto, configurando um dos mais antigos núcleos urbanos da região. Essa movimentação acabou atraindo uma nova frente imigratória, os sírio-libaneses, que reforçaram ainda mais o comércio que se iniciava no município.

Passadas, mais que uma sonoridade poética repleta de significados, é um projeto turístico que revela todo o encanto arquitetônico de uma importante via histórica do estado: a rua Buarque de Macedo, que partiu das margens do rio Caí, rumo aos últimos contrafortes inexplorados da Serra Gaúcha com as levas de imigrantes que estabeleceram, em suas margens o progresso e a cultura. (SILVEIRA, 2001).

Os arquitetos que hoje atuam no município, projetando as novas construções, têm importante responsabilidade no contexto de desenvolver projetos que se harmonizem com os prédios históricos existentes, o que é monitorado pela Comissão Técnica de Cultura Arquitetônica e Urbanística (Cotecau).

A prefeitura local também tem a responsabilidade de atualizar o Plano Diretor Municipal e, de fato, o está fazendo. Foi criada uma comissão ligada ao Conselho Municipal de Desenvolvimento Econômico e Social, para elaborar um novo plano diretor, dentro do que propõe o Código das Cidades. A idéia é propor formas de incentivar a preservação dos prédios históricos, localizados no centro da cidade e delimitar áreas para o desenvolvimento industrial, distantes desse local. Porém, o grande diferencial do Plano Diretor de Garibaldi, em vigência, é o fato de permitir a construção de prédios com, no máximo, três andares, o que felizmente será mantido.

No Projeto Turístico Passadas, observa-se a valorização dos prédios pelos turistas e a conseqüente valorização por parte de seus proprietários que os viam como “coisas velhas” e,

hoje, através do olhar do turista, os tem como local de valor. Outra idéia trabalhada foi o estímulo à *ressignificação* desses prédios, transformando-os em unidades de negócios, visando sua sustentabilidade. “A idéia não é manter o patrimônio para lucrar com ele, mas lucrar com ele para conseguir mantê-lo” (BARRETTO, 2000, p. 17). A sua preservação é, então, garantida, não por uma lei arbitrária e impositiva,³ mas pelo entendimento de seus proprietários de que esses prédios, além do valor histórico-cultural, podem vir a contribuir financeiramente, já que se localizam em local de fluxo de pessoas ávidas por adquirir bens de consumo e serviços. Hall (2001, p. 260), cita Jacobs (1993) que reconheceu “idéias antigas às vezes podem usar novos edifícios. Novas idéias devem originar-se em velhos edifícios”.

O Projeto Passadas tem estimulado a conservação e a reutilização adaptável de edifícios, contribuindo para uma economia de recursos e energia. É o turismo auxiliando no processo de ampliar a qualidade de vida e a sustentabilidade de um local, não o contrário como comumente ocorre.

Garibaldi é um município desenvolvido economicamente, mas com uma baixa auto-estima, decorrente da comparação com seus vizinhos municípios “mais desenvolvidos”, com prédios altos, grandes vias pavimentadas, *shoppings-centers*, grandes populações, etc. Hoje se apercebe como sendo o lugar ideal para se viver e, por isso, bom para ser visitado. Apesar de não existir um *shopping-center* tudo pode ser encontrado no Centro da cidade, percorrido a pé, sem problemas com estacionamento, onde o proprietário do estabelecimento comercial conhece os moradores e recebeu treinamento para o atendimento ao turista, um cliente com necessidades e desejos, muitas vezes diferenciados da população local.

Por essas razões, o Projeto Turístico Passadas – A Arquitetura do Olhar, foi concebido para ser feito a pé, com o acompanhamento de um condutor local de turismo, possibilitando ao turista o conhecimento da história dos moradores de cada prédio e a observação dos detalhes arquitetônicos tão peculiares.

E, conforme Barretto (2000, p. 79), o roteiro leva em conta “a capacidade de carga dos lugares visitados, quantas pessoas cada atrativo comporta ao mesmo tempo, em que lugares se pode circular pelas calçadas em determinadas horas” e, ainda, “que lugares são acessíveis de carro, as mãos e contramãos, os lugares de estacionamento, a periculosidade

³ O tombamento, segundo Barretto (2000, p.14) seria o registro de um bem num “livro tomo, em cujas páginas ficam registrados os bens considerados valiosos e sujeitos às leis de preservação do patrimônio, o que implica não poderem ser demolidos nem modificados em seu aspecto externo ou em suas características essenciais, implicando também que, num raio de 300 metros, nada pode ser modificado”.

local para o turista que anda a pé”. Esses aspectos merecem uma leitura permanente e, em função de um número crescente de turistas idosos, veio a se criar uma alternativa de transporte motorizado, onde o trajeto é feito com o Tim-Tim,⁴ que possibilita uma melhor visualização, em comparação a um ônibus, e que agrega valor ao roteiro, sendo um diferencial. Mesmo no Tim-Tim, há o acompanhamento de um condutor local. Atualmente, ele é usado por turistas de todas as idades.

Alguns fatos causam preocupação na equipe de desenvolvimento do turismo de Garibaldi. Uma delas é o receio de receber mega-operadoras⁵ de turismo, como no caso da CVC que detém a maior fatia do mercado nacional de viagens. Garibaldi, através de sua administração pública do turismo, foi procurada pela agência responsável pelo receptivo dessa operadora e houve tratativas para que se iniciassem as visitas ao Projeto Turístico Passadas – A Arquitetura do Olhar. A preocupação do poder público é trazer benefícios para a cidade e não apenas turistas que percorrem suas ruas, com guias de fora passando informações desprovidas de emoção e conhecimento aprofundado da história local. A preocupação também é de que essa entrada de grandes grupos não significasse a mudança na estrutura física da cidade (visto as ruas serem estreitas para o tráfego de ônibus).

Foi acordado que os grupos iniciariam os passeios pelo Museu Municipal, onde um condutor local de turismo habilitado estaria os aguardando e de lá partiriam a pé e de Tim-Tim. Por esse serviço pagariam uma taxa estipulada, incluída no valor cobrado pela operadora. Esse valor ficaria em parte para o condutor local e, em parte, para as melhorias no passeio do Tim-Tim e em ações promocionais do município, até que seja criado o Fundo Municipal de Turismo, para onde 50% da verba deverá ser repassada.

Se economicamente os benefícios trazidos por esses grupos são menores que os de uma família, visto esta utilizar uma estrutura de gastos maior (hotel, restaurante, comércio), o impacto visual dos grupos transitando pelo centro de Garibaldi fez com que a população acordasse para o fato de residir numa cidade com poder de atração de turistas: bela, interessante e charmosa. Tal fato foi notícia nos jornais e rádio local, que chegaram a entrevistar turistas e redigir matérias com a chamada “Turistas Paulistas Invadem o Centro Histórico” ou ainda “O Passado Atrai”. Isso foi motivo de orgulho para os autóctones.

⁴ Caminhão de Guerra, de 1944, adquirido do Exército Brasileiro, adaptado para fins turísticos.

⁵ Barretto (2000, p. 76) já chamava a atenção para os problemas da falta de planejamento onde “grandes operadoras internacionais, interessadas apenas em maximizar seus lucros, começaram a vender determinados atrativos culturais em diversas partes do mundo, ao sabor do próprio mercado”.

Tais repercussões estimularam a que uma vereadora local⁶ elaborasse um projeto de lei para o “tombamento do calçamento” das ruas que fazem parte do Projeto Turístico Passadas. A Lei 3.193, que “estabelece critérios para proteção e conservação do calçamento e dos passeios das principais ruas do Centro Histórico do Município e Garibaldi” foi aprovada pela Câmara de Vereadores e sancionada pelo prefeito municipal em 27/1/1994.

Porém, para os planejadores hoje a preocupação reside no fato de sempre haver o risco eminente da retirada desses grupos pela grande operadora, que, talvez, motivada pelo descontentamento de seus guias, que não recebem comissões num roteiro cultural, primam por roteiros que incluam compra e venda, onde seriam comissionados. A evidência empírica demonstra que, apesar da inegável importância do guia de turismo no desenvolvimento de um destino, existem alguns “profissionais” que acabam por denegrir a imagem da classe, quando atuam somente na base do comissionamento. Estes “forçam” o turista a visitar locais onde possam receber comissão sobre as vendas, preterindo destinos culturais onde geralmente o turista apreciaria muito mais a visita.

Enfim, é a eterna reavaliação dos planos e acompanhamento dos resultados, com um olhar crítico e imparcial, visando à sustentabilidade da rota, através da preservação dos prédios históricos, do traçado das ruas, da história dos moradores e da valorização da cultura local, além da atração de turistas, que garantiriam a sustentabilidade econômica do roteiro.

Alguns aspectos já podem ser motivo de comemoração. Dentre eles, a conservação dos prédios, que passaram a receber cuidados especiais de seus proprietários e a preservação do calçamento em paralelepípedos, que não será substituído ou encoberto pela pavimentação asfáltica.

⁶ Elenita Girondi Koff, vereadora suplente, quando assumiu a Câmara de Vereadores de Garibaldi, viu a oportunidade de realizar importante projeto, que possibilitasse a preservação do Calçamento da Rua Buarque de Macedo.

Referências bibliográficas:

BARRETTO, Margarita. **As ciências sociais aplicadas ao turismo**. In: Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas, SP: Papirus, 2000.

_____. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. 4ª ed. São Paulo: Papirus, 1995.

_____. **Planejamento e Organização em Turismo**. 7ª ed. São Paulo: Papirus, 2002.

_____. **Turismo e Legado Cultural**. São Paulo: Papirus, 2000.

_____. **Turismo e identidade: Uma abordagem antropológica**. Campinas, SP: Papirus, 2001.

BOULLÓN, Roberto C. **Los municipios turísticos**. México: Trillas, 1990.

_____. **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

CALVINO, Ítalo. **As cidades invisíveis**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CASTELS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CLEMENTE, Elvo e UNGARETTI, Maura. **História de Garibaldi: 1870-1993**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1993.

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

LUCHIARI, M. T. S. Urbanização Turística: Um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: Serrano, Luchiari & Bruhns, **Olhares contemporâneos sobre o Turismo**. Campinas, Papirus, 2000, pp. 105-130.

MCINTOSH, Robert W.; GOELDNER, Charles R.; RICHIE, J.R. Brent. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e Ambiente: Reflexões e Propostas**. 2 ed. São Paulo: Hucitec, 2000.

_____. **Turismo e Espaço**. São Paulo: Hucitec, 1997.

URRY, John. **O Olhar do Turista**. São Paulo: Studio Nobel, 1996.

OUTROS:

Plano de Ação do Turismo, elaborado pela empresa organizadora do Conselho Municipal de Desenvolvimento Econômico e Social, Brasil Sul Desenvolvimento Organizacional em 2002.

Plano de Turismo Municipal elaborado pela Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio, elaborada em 2001.

Fôlderes de divulgação dos Projetos ou Rota Turísticas: Rota dos Espumantes, Estrada do Sabor, Projeto Turístico Passadas – A Arquitetura do Olhar e Rota Religiosa – AeTernun, editadas pela Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio de Garibaldi, 2001 a 2004.

Inventário do Acervo Arquitetônico da Cidade de Garibaldi, SPHAN/FNPM, 1987.