



O SETOR DE TURISMO E OS ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS NO ESTADO DE SÃO PAULO: ESPECIFICIDADES E INTERDEPENDÊNCIAS.

JOSÉ EDUARDO FRANÇA DOS SANTOS

Dissertação de Mestrado elaborada junto ao
Programa de Pós-Graduação em Geografia –
Área de Concentração em Organização do
Espaço.

Orientador: Prof. Dr. Elson Luciano Silva
Pires (Deplan – IGCE - Unesp)

Rio Claro

2009

338.4791 Santos, José Eduardo França dos
S237s O setor de turismo e os arranjos produtivos locais no
estado de São Paulo: especificidades e interdependências /
José Eduardo França dos Santos. - Rio Claro : [s.n.], 2009
207 f. : il., figs., quadros, mapas

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista,
Instituto de Geociências e Ciências Exatas

Orientador: Elson Luciano Silva Pires

1. Turismo. 2. Relação turismo e arranjos produtivos
locais. 3. Setor turístico. 4. Aglomeração turística. 5. Arranjo
turístico local.. I. Título.

Ficha Catalográfica elaborada pela STATI - Biblioteca da UNESP
Campus de Rio Claro/SP

Banca Examinadora

Professor Dr. Elson Luciano Silva Pires (orientador – UNESP Rio Claro)

Professor Dr. Paulo Roberto Teixeira de Godoy (UNESP – Rio Claro)

Professora Dra. Claudete de Castro Silva Vitte (UNICAMP)

Professor Dr. Roberto Braga (UNESP – Rio Claro)

Professor Dr. Eliseu Savério Sposito (UNESP – Presidente Prudente)

Dedico este aos meus familiares e amigos, que me apoiaram e acreditaram que eu poderia chegar a este momento.

Agradecimentos

Os dicionários de língua portuguesa definem agradecimento como um substantivo masculino que envolve o ato de agradecer - simplesmente. Todavia, a definição significa muito pouco para expressar minha gratidão a algumas pessoas e instituições que me auxiliaram no decorrer deste trabalho:

- a minha família, pelo apoio prestado durante a elaboração deste trabalho;
- ao Professor Dr. Élson Luciano Silva Pires pela amizade e orientação, desde a graduação, durante o Trabalho de Conclusão de Curso, e agora, na orientação desta Dissertação de Mestrado;
- ao Professor Dr. Paulo Godói e Professor Dr. Roberto Braga pelas contribuições durante a qualificação desta dissertação, que contribuíram para a melhoria deste trabalho;
- aos demais professores do Curso de Geografia pelos ensinamentos durante a Graduação e a Pós-Graduação;
- aos membros da Banca Examinadora, por aceitarem o convite para examinar o trabalho;
- aos funcionários do Instituto de Geociências e Ciências Exatas da UNESP, pelos esclarecimentos prestados durante essa jornada;
- aos colegas da graduação, da Pós Graduação e do Laboratório de Desenvolvimento Territorial pelas calorosas discussões e contribuições para a realização deste trabalho, e aos quais espero ter contribuído para seus respectivos trabalhos.
- aos colegas professores, funcionários, coordenação e direção da escola Professora Maria de Lourdes Maia Frota, onde trabalho, pelo apoio dado para a realização deste trabalho, contribuindo nos momentos de dificuldade para conciliar trabalho e estudo.
- ao Professor Dilvanir José Gonçalves pela contribuição na revisão do texto, realizada para evitar possíveis erros de português que pudessem dificultar a leitura dos interessados por este tema.

A todos, sou muito grato

Seja quem você for, seja qualquer posição que você tenha na vida, do nível social altíssimo ou mais baixo, tenha sempre como meta: muita força, muita determinação e sempre faça com muito amor e com muita fé em Deus, que um dia você chega lá. De alguma maneira você chega lá. Se você quer ser bem sucedido, precisa ter dedicação total, buscar seu último limite e dar o melhor de si mesmo." (Ayrton Senna, 1994)

Resumo

O turismo exerce fortes impactos (positivos e negativos) sobre a economia, a cultura e o espaço das áreas receptoras, e por ser uma atividade complexa, torna-se importante uma reflexão de como esta atividade pode contribuir para o desenvolvimento local. O turismo como setor da atividade econômica organiza o seu próprio território, criando estruturas urbanas e regionais com características singulares, que expressam, em níveis espaciais, o regime de produção e reprodução de uma sociedade mercantil, além de gerar diversos multiplicadores que beneficiam o turismo e também as demais atividades econômicas. Diante disso, alguns arranjos produtivos locais, efetivos e potenciais, estão direta ou indiretamente relacionados com o setor turístico e esta dissertação procura explicar a organização dos territórios do setor de turismo no estado de São Paulo, e suas relações com os Arranjos Produtivos Locais (APLs) sobre a forma de circuitos espaciais de produção. A partir de análises conceituais acerca do turismo, desenvolvimento local e os APLs, esta dissertação faz uma avaliação da articulação da cadeia produtiva de Arranjos Produtivos Locais industriais e agro-industriais e dos circuitos espaciais com o turismo, analisando como esta articulação contribui para geração de desenvolvimento local. O turismo tem efeitos em APLs com funções produtivas, mas que no período de baixa produtividade ocorre uma inversão da economia, e atua também como uma estratégia de inserção competitiva, ao atuar como complemento de outras atividades econômicas, aumentando e restaurando a competitividade de alguns setores produtivos através da complementação deste setor ao se integrar à cadeia produtiva, como atividade complementar com grande potencial de atrair consumidores e aumentar a demanda do comércio local ou como fonte alternativa de renda. A atividade turística ajuda a diversificar a economia local, que não fica dependente de apenas uma atividade econômica. Para alcançar o objetivo proposto são analisados os aspectos naturais, econômicos, sociais e ambientais. Com o resultado dessa investigação espera-se contribuir para o debate sobre a questão do turismo vinculado com as estratégias dos Arranjos Produtivos Locais, e do planejamento do desenvolvimento da atividade turística.

Palavras chave: setor turístico, aglomeração turística, arranjo produtivo local, arranjo turístico local.

Abstract

The tourism exercises strong impacts (positive and negative) on the economy, the culture and the space of the receiving areas, and for being a complex activity, it becomes important a reflection of as this activity can contribute to the local development. The tourism as section of the economical activity organizes its own territory, creating urban and regional structures with singular characteristics, that express, in space levels, the production regime and reproduction of a mercantile society, besides generating several multipliers that benefit the tourism and also the other economical activities. Before that, some local, effective and potential productive systems, are direct or indirectly related with the tourist section and this dissertation tries to explain the organization of the territories of the section of tourism in the state of São Paulo, and their relationships with the Local Productive Systems (LPS) on the form of space circuits of production. Starting from conceptual analyses concerning the tourism, local development and APLs, this dissertation makes an evaluation of the articulation of the productive chain of industrial and agriculture-industrial Local Productive Systems and of the space circuits with the tourism, analyzing as this articulation contributes to generation of local development. The tourism has effects in Local Productive Systems with productive functions, but that happens an inversion of the economy in the period of low productivity, and it also acts as a strategy of competitive insert, when acting as complement of other economical activities, increasing and restoring the competitiveness of some productive sections through the complementation of this section when becoming complete to the productive chain, as complementary activity with great potential of to attract consumers and to increase the demand of the local trade or as alternative source of income. The tourist activity helps to diversify the local economy, that it is not dependent of just an economical activity. To reach the proposed objective the aspects natural, economical, social and environmental they are analyzed. With the result of that investigation he/she hopes to contribute for the debate on the subject of the tourism linked with the strategies of the Local Productive Arrangements, and of the planning of the development of the tourist activity.

Words key: tourist section, tourist gathering, local productive system, local tourist system.

Lista de Quadros e Figuras

| | |
|---|-----|
| Figura 1 – Delimitação do Circuito das Águas..... | 5 |
| Figura 2 – Delimitação do Circuito das Malhas..... | 5 |
| Figura 3 – Delimitação do Circuito das Frutas..... | 6 |
| Quadro 1 – Impactos do turismo..... | 14 |
| Quadro 2 – Impactos do Ecoturismo..... | 21 |
| Quadro 3 – Vantagens e desvantagens do Turismo Rural..... | 22 |
| Quadro 4 – Fatores de organização e apoio às atividades turísticas no meio rural..... | 24 |
| Figura 4 – Impactos hipotéticos de uma Nova atividade econômica sobre o desenvolvimento da região em que se localiza | 46 |
| Figura 5 – Anéis concêntricos do arranjo produtivo turístico..... | 92 |
| Figura 6 – Distribuição do turismo segundo tipo, por municípios..... | 145 |
| Figura 7 – Distribuição das estâncias, segundo tipo, por municípios..... | 146 |
| Figura 8 – Área de Influência da Hidrovia Tietê-Paraná..... | 149 |
| Figura 9 – Pólos Turísticos previstos pelo Plano de fomento Tietê-Paraná..... | 150 |
| Quadro 5: APLs reconhecidos pela Secretaria de Desenvolvimento do Estado de São Paulo..... | 152 |
| Figura 7: Localização dos APLs do SEBRAE..... | 154 |
| Quadro 6 - Municípios com APLs e sua classificação turística..... | 156 |
| Quadro 7 – Circuitos Turísticos do Estado de São Paulo..... | 161 |

Lista de abreviaturas e siglas

ACT - Atividades Características do Turismo
APA – Área de Proteção Ambiental
APL – Arranjo Produtivo Local
ATRCEF – Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas
BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CNAE – Classificação Nacional das Atividades Econômicas
CNTUR - Conselho Nacional de Turismo
CONAMA – Conselho Nacional de Meio Ambiente
CT – Circuito Turístico
EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo
FGV – Fundação Getúlio Vargas
IBAMA – Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e Recursos Naturais Renováveis
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IG – Indicação Geográfica
INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial
ISIC - International Standard Industrial Classification
IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MPEs – Micro e pequenas empresas
MPMEs – Micros, pequenas e médias empresas
NEATH- Núcleo de Estudos Avançados de Hotelaria e Turismo
OMT – Organização Mundial de Turismo
ONG – Organização Não Governamental
PAC – Programa de Aceleração do Crescimento
PAS – Pesquisa Anual de Serviços
PIB – Produto Interno Bruto
PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PNT – Plano Nacional do Turismo
RA – Região Administrativa
RAIS – Relação Anual de Informações Sociais
REDESIST - Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais

RPPN - reservas particulares do patrimônio natural

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio a Média e Pequena Empresa

SIMT - Sistema Integrado de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo

SISTUR – Sistema de Turismo

SNT – Sistema Nacional de Turismo

SNUC – Sistema Nacional de Unidades de Conservação

Sumário

| | |
|--|-----|
| Lista de siglas..... | 1 |
| Introdução..... | 3 |
| | |
| Capítulo 1 – O que é turismo? | |
| 1.1 – Conceitos e definições básicas sobre turismo..... | 9 |
| 1.2 – Impactos do turismo..... | 13 |
| 1.3 – Tipos de turismo..... | 16 |
| 1.3.1 – Turismo rural e ecoturismo..... | 16 |
| 1.3.2 – Turismo cultural..... | 24 |
| 1.3.3 – Turismo de negócios e eventos..... | 26 |
| 1.3.4 Turismo religioso..... | 26 |
| 1.3.5 – Estâncias..... | 27 |
| | |
| Capítulo 2 – Turismo, território e desenvolvimento | |
| 2.1 – Turismo e desenvolvimento local..... | 28 |
| 2.2 – Impactos econômicos do turismo..... | 40 |
| 2.2.1 – Turista..... | 52 |
| 2.2.2 – Funções do Estado..... | 53 |
| 2.2.3 – Funções da iniciativa privada..... | 65 |
| 2.2.4 – A comunidade anfitriã..... | 65 |
| | |
| Capítulo 3 – Turismo e APLs: especificidades e interdependências | |
| 3.1 – Aglomerações, clusters e arranjos produtivos locais..... | 67 |
| 3.2 – A relação turismo e APLs: interdependências e especificidades..... | 79 |
| 3.3 - Planejamento dos APLs relacionados com o turismo..... | 106 |
| | |
| Capítulo 4 – Turismo e APLs no Brasil: especificidades e interdependências | |
| 4.1 - O turismo no Brasil..... | 116 |
| 4.2 - A relação do setor turístico com APLs, os circuitos espaciais e os eventos..... | 118 |
| 4.2.1 – A relação do setor turístico e os APLs..... | 118 |
| 4.2.2 – O setor turístico e os eventos..... | 124 |
| 4.2.3 – A relação do setor turístico com as Indicações Geográficas..... | 128 |

| | |
|--|------------|
| 4.3 – Políticas relacionadas à prática turística e desenvolvimento de aglomerações produtivas..... | 132 |
| 4.3.1 – O papel do Estado brasileiro no setor turístico..... | 132 |
| 4.3.2 - Plano Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável..... | 134 |
| 4.3.3 - Plano Nacional de Turismo..... | 135 |
| 4.3.4. - Plano Nacional de Municipalização do Turismo..... | 138 |
| 4.3.5 - Sistema Integrado de Informações sobre a conjuntura econômica e o Mercado de Trabalho no Setor Turismo..... | 139 |
| 4.3.6 - Formação e capacitação profissional..... | 142 |
| | |
| Capítulo 5 - O turismo no Estado de São Paulo | |
| 5.1 – Introdução..... | 143 |
| 5.2 -Caracterização dos APLs do Estado de São Paulo e suas relações com o setor turístico..... | 151 |
| 5.3 – Circuitos Turísticos..... | 161 |
| 5.3.1 – Circuito das Frutas..... | 163 |
| 5.3.2 - A integração entre o Circuito da Malhas e Circuito Paulista das Águas..... | 171 |
| | |
| Considerações Finais..... | 180 |
| | |
| Bibliografia..... | 185 |

Introdução

Atualmente o turismo tem importância relevante na economia mundial representando 6% do PIB global, se caracterizando não apenas como uma atividade de caráter econômico, mais também político, social, cultural, ecológico e territorial, apresentando crescimento anual é de 4%, e movimenta cerca de US\$ 3,5 trilhões anualmente (MACEDO & RIBEIRO, 2002). Porém, encontrar uma definição única e satisfatória que contemple todas as dimensões do que é turismo não é tarefa fácil entre os especialistas, e muitas são as divergências entre os pesquisadores em relação ao seu tratamento conceitual.

O turismo exerce fortes impactos (positivos e negativos) sobre a economia, a cultura e o espaço das áreas receptoras, e por ser uma atividade complexa, torna-se importante uma reflexão de como esta atividade pode contribuir para o desenvolvimento local. A má gestão das atividades turísticas em alguns locais pode gerar impactos negativos. Os impactos positivos só podem ser gerados a partir de um planejamento eficaz, em que a economia não fique dependente apenas destas atividades, e que haja a promoção da diversificação da economia local para minimizar os efeitos negativos de uma crise no setor sobre a economia local. As atividades turísticas podem atuar como impulsionadoras nas etapas iniciais do desenvolvimento econômico de um território e pode ser uma atividade que irá recuperar uma região em estagnação e proporcionar sua inserção no mercado mundial, desde que seja integrado com o meio receptor e eficazmente planejado o turismo pode se tornar um agente dinamizador de áreas deprimidas

Característico de uma sociedade de consumo, o turismo como um setor da atividade econômica produz um produto composto por bens e serviços, tangíveis e intangíveis. Assim, o produto turístico inclui recursos e atrativos naturais e artificiais, equipamentos e infra-estruturas, serviços, atitudes recreativas, imagens e valores simbólicos, constituindo-se num conjunto de determinados benefícios capazes de atrair certos grupos de consumidores em busca de uma satisfação das suas motivações e expectativas (DROULERS e MILANI, 2002).

O turismo como setor da atividade econômica organiza o seu próprio território, criando estruturas urbanas e regionais com características singulares, que expressam, em níveis espaciais, o regime de produção e reprodução de uma sociedade mercantil, além de gerar diversos multiplicadores que beneficiam o turismo e também as demais

atividades econômicas. Diante disso, alguns arranjos produtivos locais, efetivos e potenciais, estão direta ou indiretamente relacionados com o setor turístico para aproveitar os multiplicadores gerados por esta atividade. Partindo deste pressuposto, o objetivo desta pesquisa é explicar como ocorre esta articulação, uma vez que a atividade produtiva está articulada a uma atividade de prestação de serviços. O turismo gera informações dos lugares de produção, com um papel importante para essa preferência, tendo a publicidade um papel central para a comercialização do lugar e da produção local, criando uma imagem na mente das pessoas, que ficam curiosas em conhecer a localidade e sua tradição na produção de um produto específico. Estas informações são reproduzidas nos diversos meios de comunicação, e neste caso o turismo atua como uma estratégia de marketing da produção.

Além disso, o turismo tem efeitos em APLs com funções produtivas, mas que no período de baixa produtividade ocorre uma inversão da economia, como exemplo o circuito das malhas, onde o turismo ocupa o lugar da produção de malhas na época de baixa produção. Na relação entre o circuito das malhas e o turismo há uma queda de produtividade no verão, período em que a região vive das atividades turísticas, e as vendas de malhas dependem da atração do turista ao local durante o período de alta produtividade, no inverno. Convém lembrar que alguns municípios deste circuito também fazem parte do chamado Circuito das Águas.

Estes dois circuitos são complementares entre si, apesar da denominação Circuito das Malhas ocorrer em Minas Gerais e a denominação Circuito das Águas ocorrer no Estado de São Paulo. Os esforços dos atores na coordenação territorial se realizam nas experiências de *governança*, que às vezes desafiam fronteiras e limites político-administrativos municipais e locais, constituindo territorialidades antes inexistentes. Neste caso os limites desafiados são os estaduais e, por isso, para este trabalho estes circuitos integrados compõem um território produtor de malhas. Além disso, vemos uma integração inesperada entre ecoturismo e turismo rural com o a produção de malhas, uma vez que estes tipos de turismo são muito praticados nesta região devido à proximidade com a Serra da Mantiqueira, pelo clima ameno e pela qualidade do ar, atraindo turistas com grande potencial consumidor. A proximidade do Circuito das Malhas com o Circuito da Águas é um fator importante para o aumento do fluxo de consumidores, sobretudo na temporada de inverno e a concentração geográfica do comércio nos municípios favorecem o fluxo de turistas ao permitir que visitem o

máximo de lojas em um curto espaço de tempo. A seguir vemos a delimitação do Circuito das Águas e do Circuito das Malhas.



Figura 1 – Delimitação do Circuito das Águas

(Fonte: Explore Brasil - <http://www.explorevale.com.br/circuitodasaguas/index.php>)



Figura 2 – Delimitação do Circuito das Malhas

(Fonte: Explore Brasil - <http://www.explorevale.com.br/circuitodasaguas/index.php>)

Esta relação se dá também em aglomerações rurais, que atraem o turista como uma forma de ampliar as fontes de renda através do turismo rural, onde o consumidor é convidado a conhecer o processo produtivo. Esta articulação gera como benefícios ao produtor rural a diversificação de sua fonte de renda, com a prestação de serviços como hospedagem e refeição, e aumenta o consumo local ao atrair o consumidor ao local da compra, ao invés de levar o produto ao consumidor, o que reduz os custos com transportes. Essa situação pode ser notada no Circuito das Frutas, região que apresenta tradição na produção de frutas, com uma grande especialização setorial com qualidade reconhecida pelo mercado, destacando-se, além da produção de frutas, a produção artesanal do vinho e dos doces e a vida em contato com as raízes culturais e históricas do povo brasileiro. Este circuito será apresentado no quinto capítulo e foi escolhido para analisar a relação turismo e APLs nas aglomerações rurais. No mapa a seguir podemos ver a delimitação deste circuito e sua localização no estado de São Paulo:

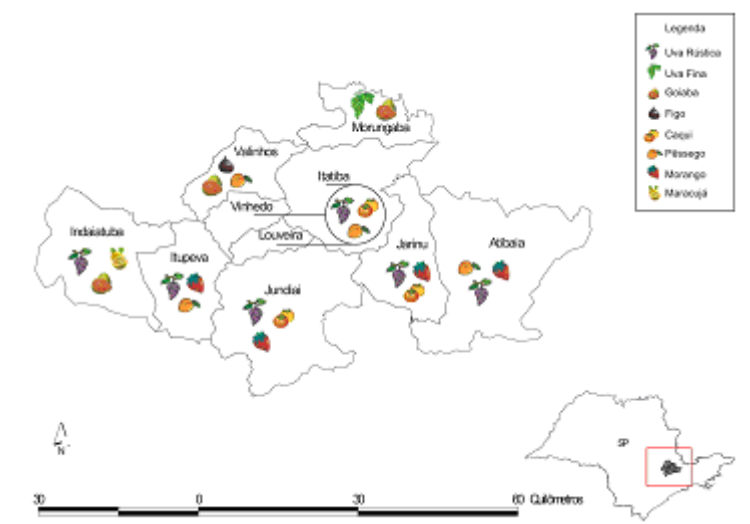


Figura 3 – Delimitação do Circuito das Frutas (Fonte: VERDI, 2008)

Diante o exposto, a ação do governo e do setor privado no setor turístico ocorre de várias maneiras, dependendo dos planos e das estratégias dos atores envolvidos, como: definição de um consenso do posicionamento estratégico; definição dos segmentos de visitantes prioritários; desenvolvimento de uma estratégia de *marketing* que cria uma imagem forte e coerente do destino; desenvolvimento de estratégia de capacitação da mão-de-obra para atender as necessidades dos turistas; trabalho para facilitar a captação de financiamentos e atração dos investidores; trabalho para o transporte do turista (no caso do estudo dessa autora, os vôos diretos); desenvolvimento de estratégias para aumentar a atração de turistas.

Estas questões se tornam relevantes à medida que ampliam o desenvolvimento do setor, direcionando investimentos em infra-estrutura e acessibilidade ao serviço, que aumentam as opções para o turista. O turismo como um setor da economia regional que também se organiza relacionado à forma institucional-territorial dos Arranjos Produtivos Locais é o tema pouco discutido na literatura, e por isso justifica uma pesquisa que mostre como este processo ocorre no território e, em particular, no estado de São Paulo, onde esta articulação ocorre na forma de circuitos espaciais de produção. Para esse estudo, foi feita uma análise geral do estado e escolhidos os dois circuitos já citados para este estudo.

O turismo atua como uma estratégia de inserção competitiva, ao atuar como complemento de outras atividades econômicas, aumentando e restaurando a competitividade de alguns setores produtivos através da complementação deste setor ao se integrar à cadeia produtiva, como atividade complementar com grande potencial de atrair consumidores e aumentar a demanda do comércio local ou como fonte alternativa

de renda. A atividade turística ajuda a diversificar a economia local, que não fica dependente de apenas uma atividade econômica. Assim sendo, deve-se procurar entender como se organiza o setor, analisando a atuação dos agentes locais, estaduais e nacionais na região, uma vez que a atividade irradia para municípios vizinhos. O conceito de governança é essencial para esta organização das atividades econômicas, pois mostra como os atores interdependentes são coordenados para gerar o desenvolvimento.

Para a apresentação dos resultados desta dissertação, a pesquisa foi elaborada em cinco capítulos. O primeiro capítulo apresenta uma revisão bibliográfica dos principais conceitos do turismo, bem como suas divisões e seus impactos, altamente relevantes por demonstrar os tipos de turismo, que são a base para elaboração de estratégias de inserção competitiva, como o turismo de eventos, usado para atração de consumidores ao local de produção, o turismo rural, que aumenta as fontes de renda dos produtores e o ecoturismo, que atrai turistas à localidade produtora.

O segundo capítulo descreve como a atividade turística pode colaborar no desenvolvimento local. E a sua importância econômica para determinadas localidades. Este capítulo ressalta que a atividade turística não pode ser a única força motriz do desenvolvimento local, e que deve estar associada a outras atividades para impedir crises geradas pelo baixo desempenho da atividade em determinados períodos, uma vez que apresenta sazonalidade na sua demanda.

O terceiro capítulo faz uma revisão do que são os APLs. Em seguida descreve como a atividade turística se organiza na forma de clusters ou APLs, e como se relaciona com os demais setores produtivos, constituindo um apêndice importante em diversos APLs industriais e agro-industriais, concluindo com meios de planejamento do setor turístico, ressaltando o conceito de governança, que deve coordenar o turismo e suas relações com as demais atividades econômicas. Neste capítulo percebe-se que a estruturação das aglomerações produtivas com o setor turístico se dá principalmente sob a forma de Circuitos Turísticos. Os Circuitos turísticos não são muito diferentes dos APLs, são compostos por municípios próximos entre si, que se associam em função de interesses e possibilidades de explorar turisticamente seus respectivos patrimônios históricos, culturais e naturais, assim como outros bens afins. As Indicações Geográficas (IG) são outra estratégia de aumento da demanda turística ao promover uma localidade pela tradição na produção de determinado produto.

O quarto capítulo descreve as políticas para o setor no Brasil, e como este tem evoluído no país, juntamente com suas colaborações na criação de infra-estruturas exigidas pela atividade, ou aproveitamento de infra-estruturas já existentes criadas por outros setores e que foram aproveitadas pela atividade turística. Neste contexto, e diante do exposto, o capítulo apresenta como se dá a relação do turismo com os APLs, e explica como se dá formação do CTs no país e o reconhecimento de IGs .

O quinto capítulo faz uma breve descrição do setor turístico no Estado de São Paulo, identificando os APLs com funções produtivas reconhecidos pelo governo paulista, explicando possíveis relações com o setor turístico. Neste capítulo há uma explicação geral, com aprofundamento nos casos do Circuito das Malhas Mineiro associado ao Circuito das Águas Paulista, formando o território das Malhas, e o Circuito das Frutas, onde o turismo possui função importante na divulgação da localidade produtora e na venda de seus produtos. No caso do Território das Malhas a atividade turística ainda se constitui em importante fator econômico nos períodos de baixa produtividade das malhas, ocorrendo uma inversão na economia durante o verão, em que o turismo se torna a principal atividade dos municípios deste circuito. O cruzamento de informações sobre o setor turístico no estado e dos APLs de função produtiva, como no caso do circuito das malhas, é de grande relevância para a compreensão do tema proposto por permitir encontrar outras localidades onde há a interdependência entre turismo e APLs. Desse modo, visa-se encontrar as contribuições desta atividade para a geração do desenvolvimento local

Encerra-se esta dissertação com considerações acerca do exposto, com as principais conclusões relacionadas ao tema de estudo proposto para esta pesquisa.

I - O que é Turismo?

1.1 - Conceitos e definições básicas sobre turismo

Segundo Cruz (2001), o turismo é uma prática social que envolve o deslocamento de pessoas pelo território e que tem no espaço seu principal objeto de consumo. O turismo pode ser considerado como o movimento temporário de pessoas para locais de destino distintos de seus lugares de trabalho e de morada, incluindo também as atividades exercidas durante a permanência desses viajantes nos locais de destino e as facilidades para promover as suas necessidades (MATHIESON e WALL, 1982). Para diversos países, o turismo passou a ser interpretado como forma de captação de divisas, inclusive, superiores em muitos casos ao valor de muitas de suas exportações (LAGE & MILONE, 1996).

Um conceito mais técnico descreve o turismo como o conjunto de serviços que tem por objetivo o planejamento, a promoção e a execução de viagens, e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora de suas residências habituais (ANDRADE, 1995). Para Moesch (2002, p 9), a definição de turismo é a seguinte:

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

Segundo Yázigi (2001) para um lugar ser considerado como turístico é necessário que ele apresente três características: densidade de frequência turística, ou seja, fluxo significativo de visitantes; presença de equipamentos e serviços turísticos, representados pela infra-estrutura turística (hotéis, restaurantes, agências de turismo etc.); e deve haver uma imagem turística. Essa imagem geralmente está associada com o atrativo, como os recursos naturais (clima, paisagem, água, flora e fauna) ou valores simbólicos (históricos, culturais ou religiosos, modo de vida e comportamento dos habitantes).

Mas a atividade turística com a densidade de fluxo tal como ocorre atualmente é fruto direto da formação e consolidação de uma sociedade de consumo de massa, que emergiu a partir da década de 30 (ROCHA, 2002). A redução da carga horária, o acesso a aposentadorias e o direito às férias anuais, entre outros benefícios advindos das leis trabalhistas e previdenciárias, ampliaram o tempo livre das pessoas, possibilitando que a

sociedade se dedicasse mais ao lazer, à cultura e ao turismo. O lazer é entendido como um campo de atividades, com possibilidades de gerar valores que ampliem no universo de manifestações do brinquedo, do jogo, da festa, para além do próprio lazer (BALSAN, 2003).

Para Lage e Milone (1996), a massificação do turismo pode ser explicada por alguns fatores socioeconômicos que contribuíram para seu desenvolvimento, como a paz, a prosperidade, o aumento da população, a urbanização, a industrialização, a expansão do nível de negócios, uma maior disponibilidade de renda, a ampliação do tempo livre e, especialmente, os avanços tecnológicos, nos meios de comunicação, de transporte e de comercialização de bens e serviços turísticos, ocupando lugar de destaque nas relações econômicas, sociais e políticas das sociedades.

O turista, por sua vez, tem como objetivo sair da realidade estressante da vida cotidiana dos grandes centros, buscando formas de se recuperar física e emocionalmente de um *modus vivendis* por ele mesmo estabelecido (MENDES & PEREIRA, 2004). A partir deste objetivo, o turista gera uma demanda turística, definida por Lage e Milone como (1996, p 36) “a quantidade de bens e serviços turísticos que os indivíduos desejam e são capazes de consumir a um dado preço, em um determinado período de tempo”. Segundo Andrade e Vieira (2003), paisagem natural e construída, assim como o modo de vida da população local, tem papel fundamental para a vinda de turistas para uma localidade.

Segundo os psicólogos Moles e Rohmer (1978), viver em sociedade implica na alternância temporal da concentração e dispersão, sendo a concentração a manutenção da vida cotidiana e a dispersão a saída das obrigações rotineiras. Essas duas forças atuam na vida das pessoas, com a concentração agindo em si mesma, no ponto Aqui, onde é mantida a vida cotidiana, e a dispersão no ponto Além, onde se encerra a imaginação de um mundo melhor (VIEIRA & OLIVEIRA, 2000, p 25). Mendes e Pereira (2004), concluem que “o homem, premido pelo stress inerente às suas atividades cotidianas, fogem das áreas urbanizadas em direção às mais tranquilas onde a paisagem difere do que lhe é habitual”.

Galvão e Braga (2003, p 280), descrevem a história do turismo da seguinte maneira:

Fontes históricas fazem-nos crer que os romanos foram os primeiros a viajar por prazer, diferentemente dos gregos com suas peregrinações religiosas, durante os jogos olímpicos ou dos fenícios em suas viagens comerciais. Durante tempos de isolamento como do feudalismo ou das guerras modernas e contemporâneas as viagens de lazer eram paralisadas, sendo permitidas

apenas as viagens oficiais. As viagens agenciadas e com guias, surgiram somente no século XIX. Viagens em grupo fizeram baratear a atividade, o que atraiu os segmentos mais modestos da população. Além do que, o aumento da alfabetização e a melhora na comunicação fizeram com que a propaganda estimulasse o interesse por viagens. As reivindicações trabalhistas e o aumento de tempo livre, como limite de horas trabalhadas semanalmente e as férias remuneradas, criaram a possibilidade temporal e financeira para o turismo.

Para Lage e Milone (1996), no final do século XVI, o Renascimento promoveu um retorno à curiosidade e ao gosto por conhecer, surgindo assim muitas viagens, principalmente de aspecto militar e viagens da aristocracia, sendo estas manifestações consideradas como as que estabeleceram o turismo moderno. Nessa época, passou-se a exigir o deslocamento do comprador e do vendedor de bens e serviços, exigindo uma ampliação e uma adaptação de novas formas de vida, de acordo com as condições econômicas da época, quando as viagens passaram a ser consideradas indispensáveis (LAGE & MILONE, 1996). Estas viagens foram acompanhadas do desenvolvimento de serviços de hospedagem e transportes, com progressos que visavam garantir a comodidade e a segurança do viajante, abertura de estradas e ampliação da circulação fluvial.

A Revolução Industrial, na segunda metade do século XVIII e primeira metade do século XIX, causou uma mudança economia e social com o surgimento da classe média, que apresentava novos gastos e novas necessidades, e, principalmente, tempo livre.

Segundo Macedo e Ribeiro (2002, p 64):

A atividade turística se intensifica a partir da 2ª Guerra Mundial, resultante do avanço tecnológico, da evolução das telecomunicações, uma vez que estes proporcionaram a redução das distâncias de maneira considerável, permitindo o deslocamento rápido das pessoas para diversas regiões do globo.

As conquistas tecnológicas mostram que a vida moderna pode ser previsível e, as férias, conquistadas pela divisão do trabalho e pela legislação trabalhista significam uma parada no previsível, quebrando a monotonia (VIEIRA & OLIVEIRA, 2000). Os avanços dos meios de transporte permitiram deslocamentos mais distantes em um menor período de tempo, oferecendo às pessoas a oportunidade de viajar e quebrar essa rotina, conhecendo novos lugares e novas culturas. Convém ressaltar que esses deslocamentos ocorrem a partir da preferência dos turistas, que tem explicações psicológicas, como a interação física das pessoas com os lugares, provenientes da imaginação, aspirações ou lembranças (VIEIRA & OLIVEIRA, 2000).

As informações dos lugares têm um papel importante para essa preferência, tendo a publicidade um papel central para a comercialização do lugar, criando uma imagem na mente das pessoas, o que Vieira e Oliveira (2000) deram o nome de imagem turística. Desta forma é claro que a percepção obtida por um visitante é fundamental na viabilidade de uma área com vocação turística (SANTOS & MACHADO, 2003). Segundo Ruiz (2003), na atualidade, o espaço turístico associa-se de maneira exacerbada, ao mundo das aparências, ao marketing. Este autor afirma que o espaço passa a ser visto pura e simplesmente como mercadoria, colocando-se à venda o verde, a água, a beleza natural do local e também uma infra-estrutura para atrair os turistas, que podem assim consumir o espaço.

A imagem turística é fabricada pelo publicitário, mexendo com o imaginário da pessoa, que se sente atraída a visitar o lugar e possui grande importância para o desenvolvimento da atividade turística. Segundo Santos e Machado (2003), o desenvolvimento tecnológico torna possível que as comunicações por meio de imagens e sons, cheguem a todas as populações. Televisão, cinema, rádio, internet articulam as informações a partir de signos diferentes daqueles utilizados na comunicação escrita (SANTOS & MACHADO, 2003), formando uma imagem dos lugares na mente das pessoas. A imagem turística é dividida em três tipos segundo o geógrafo tunisiano Miossec (1977):

1- global – corresponde às aspirações do ser humano em ultrapassar seu limite e nasce do desejo de conhecer novos lugares;

2- tradicional – proveniente das experiências, da vivências das pessoas e é moldada pelo tempo, transmitida pelos costumes e varia de forma escalar;

3- atual – corresponde ao espaço criado pela moda, pela mídia e é auto regulada, compreendendo três componentes: o turista, o receptor e os organismos de viagem.

Segundo Santos e Machado (2003), se de um lado a tecnologia é uma ferramenta imprescindível aos profissionais de marketing e propaganda uma vez que imprime a velocidade necessária para que as informações cheguem às pessoas, e criem a imagem dos lugares turísticos, de outro, pode provocar grandes confusões, principalmente se não se fizer a leitura de forma crítica de modo a descobrir os objetivos do emissor, para que possam, então, produzir suas próprias idéias a partir daquelas apresentadas, passando de simples receptores de mensagem a produtores, evitando, assim, a manipulação. Estas autoras afirmam que as campanhas publicitárias, muitas vezes, constroem espaços turísticos utópicos, distantes do real, impulsionadas por objetivos próprios como a

consolidação desses espaços como núcleos receptores do turismo. Assim, entender o imaginário é fundamental, pois orienta ações, direciona políticas, mobiliza a sociedade para as metas desejadas.

Fernández e Ramos (2002) consideram o turismo como construtor de paisagens e criador de novas composições territoriais, sendo um elemento chave para a melhoria de espaços degradados e valorização de patrimônio, como também causador de espaços degradados, muito artificializados e fora de contexto. Apesar de a paisagem ser o bem mais valioso para o turismo, ela vem sendo degradada de forma implacável, e essas transformações diminuem a qualidade visual da paisagem e causam problemas ambientais (MACEDO & RIBEIRO, 2002). A degradação da paisagem natural e construída, assim como a descaracterização do modo de vida da população local, pode resultar na deterioração da imagem do centro receptor de turistas, provocando prejuízos diversos.

Para Santos (1978), a reprodução espacial é explicada por dois processos, um simples e outro ampliado. Furtado (2006) explica que no primeiro caso, um local de concentração de atividades, como o centro da cidade, expande-se vertical ou horizontalmente em razão do aparecimento de novas empresas que são agregadas ao espaço já constituído. No segundo caso, uma nova organização espacial é criada ou alterada pelo aparecimento de subcentros comerciais, cuja forma mais moderna é o *shopping center*, que é, na verdade, o resultado da fusão de capitais, vinculados primordialmente ao setor financeiro imobiliário e comercial.

1.2- Impactos do turismo

Segundo Galvão e Braga (2003), a evolução do turismo, como uma intensa atividade econômica, trouxe o esgotamento e a transformação do meio, e com isso a necessidade de preservação. Ainda segundo estes autores o turismo é uma atividade econômica em expansão, podendo-se detectar seus efeitos, positivos quando base econômica e de sustentação de algumas populações, e negativos como, por exemplo, a degradação dos locais turísticos e impactos ambientais em um curto espaço de tempo, a desestruturação das comunidades locais, a segregação sócio-espacial, e as mais variadas e novas relações econômicas, sociais e políticas.

A atividade turística pode vir ocasionar benefícios ao centro receptor como o aumento dos empregos, a melhoria dos rendimentos e a diversificação do comércio e dos serviços. Porém, a falta de planejamento pode trazer efeitos maléficis à localidade,

resultando na degradação da paisagem natural e construída, prejudicando a qualidade de vida da população local (ANDRADE & VIEIRA, 2003). Segundo Cruz (2001), o turismo afeta os recursos de forma contraditória, pois pode degradar irreversivelmente as maiores atrações, destruir recursos naturais e paisagens tradicionais ou proteger o meio pelo estímulo à população e das autoridades locais em preservá-lo. No quadro abaixo podemos ver os impactos gerados pelo turismo, elaborado a partir da concordância de diversos autores sobre o tema:

Quadro 1: Impactos do Turismo

| Impactos negativos | Impactos positivos |
|---|--|
| Crescimento demográfico descontrolado gera falta de infra-estrutura necessária para atender esse crescimento populacional | Criação de novas infra-estruturas e planejamento para se adequar ao crescimento populacional |
| Urbanização descontrolada e especulação imobiliária | Sustentabilidade ambiental, preservação de importantes áreas naturais |
| Incompatibilidade de uso do solo | Planejamento para o uso responsável do solo |
| Perda de sustentabilidade e degradação dos locais turísticos se mal planejado | Preservação de locais históricos e arqueológicos |
| Desestruturação das comunidades locais e segregação sócio-espacial com a não inclusão da população no processo | Melhoria econômica e social para os municípios, com geração de emprego e renda; alternativa para áreas em estagnação econômica |
| Artificialização do espaço | Gestão responsável dos patrimônios natural, cultural e histórico |

Fonte: Elaboração a partir de pontos de concordância na literatura sobre o tema

Podemos ver no quadro, as diferenças entre um planejamento eficaz e a falta de planejamento de seus impactos, relacionando-os na mesma linha para que sejam vistas as diferenças com relação ao planejamento. Mas, mesmo com um planejamento eficaz, isto não quer dizer que não possamos ter alguns impactos negativos.

A especulação imobiliária se dá através da valorização das áreas turísticas. Quanto mais próxima de um atrativo turístico, maior o valor da terra. Neste contexto, as áreas preservadas são as mais exploradas pelo setor imobiliário, gerando uma urbanização descontrolada e a incompatibilidade de uso do solo. Temos que considerar também que o predomínio da infra-estrutura comercial e de serviços está associado ao desenvolvimento da atividade turística na maioria dos municípios.

Segundo Vieira (1997), a exploração do turismo de forma desordenada e crescente é o principal fator responsável pela agressão ao meio ambiente. A expansão urbana realizada sem planejamento favorece a especulação imobiliária (MENDES &

PEREIRA, 2004), causando fortes impactos nos municípios que se desenvolvem a partir da atividade turística, como a incompatibilidade de uso do solo e perda da sustentabilidade. Os grandes setores de investimentos e rentabilidade – turismo e lazer – propiciam, nos dias atuais, uma urbanização generalizada, as construções e a especulação imobiliária. A regularização da atividade através de programas e projetos para o gerenciamento do turismo deve ser aplicada pelos municípios para preservar e garantir o desenvolvimento do setor, que hoje é a 3ª maior fonte de renda do mundo (BECKER, 1996).

Cruz (2001) alerta que o crescimento da população em períodos de alta temporada provoca graves problemas nas áreas receptoras, que não estão preparadas em termos de infra-estrutura e serviços básicos para atender a demanda flutuante, surgindo daí diversos impactos ambientais, como poluição de águas subterrâneas e superficiais e contaminação do solo, e despejo inadequado de lixo.

Segundo Cruz (2001), a urbanização acelerada e a falta de recursos (ou má administração destes) para a racionalização do processo de implantação da atividade, a utilização de modelos de urbanização alheios às realidades locais, ausência políticas de preservação são fatores determinantes na degradação de ambientes e paisagens em países pobres. Além disso, a pobreza existente em determinadas áreas provoca a repulsa dos turistas, pois o abismo social provoca o aumento da criminalidade e a falta de condições sanitárias nestes locais devido à falta de infra-estrutura, que são determinantes para essa repulsa. Isso se deve ao fato de que a urbanização, primeiramente visa às áreas de atração turística, deixando de lado as áreas mais pobres, provocando a segregação sócio-espacial. Com relação à segregação sócio-espacial, esta pode ocorrer em diferentes escalas e de maneira mais ou menos acentuada, dependendo do contexto histórico, geográfico e cultural em que se insere (RUIZ, 2003).

O turismo exige a construção de infra-estrutura e vias de acesso, que se mal planejadas afetam o meio ambiente, desarticulando ambientes naturais e culturas. Os impactos do turismo estão associados à colocação de infra-estruturas nos territórios e na circulação de pessoas que sua prática promove no local (CRUZ, 2001). Estas infra-estruturas são implantadas muitas vezes de forma incorreta, causando danos irreversíveis ao meio.

Embora os governos municipais de cidades turísticas enfoquem principalmente os benefícios econômicos (a serem tratados no capítulo 2), há agora um reconhecimento cada vez maior dos custos sociais e ambientais associados ao crescimento do turismo e

da necessidade de uma pesquisa cuidadosa dos efeitos não-econômicos (BARROCAS & OLIVEIRA, 2003). Chamamos a atenção que não há atividade humana que não interfira nos ambientes, e é impossível o homem viver sem causar transformações no meio. Segundo Cruz (2001), o planejamento físico-territorial é o único instrumento capaz de evitar ou minimizar os impactos sobre o meio.

1.3- Tipos de Turismo

Existem vários tipos de turismo, cada um com seus impactos, entre os quais podemos citar: turismo rural e ecoturismo; cultural; de eventos e negócios; e religioso.

1.3.1- Turismo Rural e Ecoturismo

Turismo Rural é definido pela EMBRATUR como:

...atividade multidisciplinar que se realiza no meio ambiente, fora das áreas intensamente urbanizadas. Caracteriza-se por empresas de pequeno porte, que tem no uso da terra a atividade econômica predominante, voltada para práticas agrícolas e pecuárias.

Segundo Almeida e Riedl (2000, p 7):

Turismo rural é conhecido como atividade turística que ocorre na zona rural, integrando a atividade agrícola pecuária à atividade turística, surge como alternativas para proprietários rurais na atual crise fundiária, atrelada a falta de incentivos ao homem do campo.

A partir da década de 70, o tema ecologia toma impulso, e muitos cientistas e ambientalistas passam a estudar e defender os impactos provocados pelo homem ao se apropriar dos recursos naturais. Segundo Macedo e Ribeiro (2002), a preocupação com o meio ambiente também se reflete no turismo, principalmente em meados dos anos 80, quando se propõe formas alternativas de turismo em contrapartida do tradicional ou turismo de massa, que provoca danos às vezes irreversíveis ao meio ambiente por levar um grande número de pessoas a um mesmo lugar.

Apesar de muitos profissionais considerarem ecoturismo e turismo rural tipos diferentes, de acordo com o Instituto de Ecoturismo do Brasil não há uma distinção clara entre ecoturismo e turismo rural, mas esta prática profissionalizou atividades como acampar, pescar, caçar, etc. Já para o Ministério do Meio Ambiente do Brasil – MMA, que em 1994 criou as Diretrizes para a Política do Programa Nacional de Ecoturismo, definiu nestas diretrizes que ecoturismo é:

...um segmento da atividade turística que utiliza de forma sustentável o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem estar das populações.

(MICT/ MMA, 1994, p.20)

Em 1995, o Instituto Ecoturístico Brasileiro (IEB) surge no contexto nacional com o objetivo de organizar e unificar toda a cadeia ecoturística que compreende desde empresários, operadoras e agências de viagem, meios de hospedagem, entidades ambientalistas, entre outras pessoas ligadas a área. Uma de suas prioridades é incentivar o ecoturismo através da elaboração de um código de ética visando certificar o profissional do setor.

Toda esta confusão teórica faz com que o ecoturismo praticado no Brasil seja uma atividade confusa, desordenada, impulsionada, quase que exclusivamente, pela oportunidade mercadológica, deixando, a rigor, de gerar os benefícios sócio-econômicos e ambientais esperados e comprometendo, não raro, o conceito e a imagem do produto ecoturístico brasileiro nos mercados interno e externo (ECOBRAZIL, 2007).

O ecoturismo se desenvolveu na Europa, na década de 1980, quando uma parte significativa dos agricultores resistia à intensa profissionalização e especialização no campo durante a crise Européia, que fez com que estes invertessem o processo de produção, procurando diversificar não apenas as culturas, como também, as atividades. O ecoturismo se desenvolve então a partir do interesse de viajantes em conhecer os aspectos da natureza e poder usufruir dela, especialmente devido à conscientização das sociedades com relação às questões ambientais (MACEDO & RIBEIRO, 2002).

O turismo no espaço rural nos países da União Européia desempenha papel importante nas estratégias de desenvolvimento das regiões menos favorecidas, tendo as funções de gerador de emprego, renda e indutor do desenvolvimento de infra-estruturas. Já no Brasil, se desenvolve devido às grandes dificuldades que o pequeno agricultor vem enfrentando para manter sua propriedade produtiva e sustentar sua família. Essa dificuldade se deve a fatores como a falta de capital, empréstimos rurais a juros altos, falta de incentivo governamental.

A transformação do campo é vista como condição essencial ao desenvolvimento capitalista (GONÇALVES, 2003), enquanto a pluriatividade (turismo) vem neste caso como proposta de suprir a necessidade do pequeno agricultor em gerar renda para manter a propriedade e sustentar a família, e propor um novo desafio para as relações, até hoje, estabelecidas no campo (CORSI, 2004). Embora no Brasil o turismo rural se apresente como um fato novo, na Europa essas atividades recreativas, já existiam desde o século XIX. Na Europa, assim, como no Brasil o crescimento do turismo tem sido uma reação ao estresse e às atribulações da vida moderna.

O turismo rural apresenta uma gama diversa de modalidades, não estando limitado

a um só tipo de atividade e também não deve ser encarado como substituto da produção tradicional no campo, mas sim servir como um incremento de opções produtivas, complementando a renda dentro da agricultura familiar (COSTA & COLESANTI, 2002). Para Benevides (1997), o turismo rural tem suas bases materiais assentadas numa diversificada agropecuária semi-camponesa de subsistência, e no artesanato doméstico, e seus costumes e valores opostos aos das sociedades urbano-industriais

O turismo no espaço rural vem configurando-se como uma das atividades não-agrícolas que mais crescem no rural brasileiro, representando, em alguns casos, um impulso para o desenvolvimento municipal, tendo importante participação na geração de emprego e renda, influenciando também, diretamente na organização do espaço das comunidades que passam a contar com fluxos de visitação turística (ELESBÃO, 2004). Considerando a realidade de grande parte de nossas áreas rurais, onde há dificuldades em preservar ou conservar o patrimônio local, aliado ao desânimo e frustração do homem do campo, frente à inexistência de uma política agrícola e agrária preocupada com as necessidades locais, afinada entre os poderes municipal, estadual e federal, onde questões regionais sejam consideradas, o turismo rural é colocado como a alavanca para o desenvolvimento, no discurso de muitos dirigentes políticos (SANTOS & MACHADO, 2003).

Segundo o Governo do Estado de São Paulo (2000, p 6), esse tipo de turismo envolve atividades como caminhadas; visitas a parente/amigos; visitas a museus, galerias e sítios históricos; festivais; rodeios e shows regionais; **esportes na natureza** (responsável por aglomerações de empresas responsáveis em fornecer equipamento e estrutura para prática desses esportes); visitas a fauna e flora; gastronomia regional, artesanato e produtos agroindustriais; campings, hotéis-fazenda, albergues, spas, etc.

O ecoturismo deve se voltar de maneira a aproveitar o patrimônio natural para integrar o homem à natureza de forma a permitir o aproveitamento das áreas de preservação de maneira sustentável, fomentando a conservação, visando a sustentabilidade. No ecoturismo várias são as formas de utilização de uma área, dependendo somente das condições naturais do local, e que pode conciliar outros tipos de turismo, como turismo esportivo, turismo rural, turismo científico, entre outros. Os municípios brasileiros, em sua maioria, possuem atrativos para se tornarem pólos ecoturísticos. Mas além da disposição do município em implantar o ecoturismo, a existência de serviços e infra-estrutura (hotéis, pousadas, estradas, telefone, etc.) é uma pré-condição a ser observada (LIVRAMENTO et. al., 2006).

O ecoturismo é baseado no conceito de turismo sustentável, que surge a partir do conceito de desenvolvimento sustentável, em 1987, com a publicação do Relatório “Brundtland. - Nosso Futuro Comum”, que difundiu este conceito, que passou ao uso na linguagem internacional, servindo como eixo central de pesquisas realizadas por organismos multilaterais e mesmo por grandes empresas. O conceito desenvolvimento sustentável, no informe em questão, tem três vertentes principais: crescimento econômico; equidade social; e equilíbrio ecológico

O relatório de Brundtland define desenvolvimento sustentável como *"aquele que responde às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de responder às suas necessidades"*. Segundo Fernández e Ramos (2004), o desenvolvimento sustentável propõe estratégias diversificadas que permitem melhorar a realidade social, política, econômica e ambiental específica de cada lugar e a própria interpretação dos elementos patrimoniais. Atualmente, existe o termo criado por Ignacy Sachs¹, o ecodesenvolvimento, definido por Piccolo e Troppmair (1995, p 134) “como uma forma de desenvolvimento sócio-econômico, pautado nas potencialidades e capacidades de auto-regulação dos sistemas naturais.”

Sendo assim, segundo Corsi (2004, p 25):

O conceito de turismo sustentável foi desenvolvido para evitar os riscos que a condução inadequada da atividade pode provocar no meio ambiente, propõe também, uma divisão mais justa de convivência, sem que nenhum dos parceiros venha a sofrer conseqüências danosas e procurando o equilíbrio entre o econômico e a conservação do meio ambiente.

Segundo Becker (1996 b), a ideologia preservacionista foi capturada pelo sistema capitalista, e o desenvolvimento sustentável acaba por compor as estratégias de acumulação do capital entre os grandes grupos econômicos no atual período da globalização, configurando um novo valor para os recursos tidos como naturais, sendo que as reservas da natureza ainda existentes passam a ser vistas como recursos ou capitais de realização futura. O ecoturismo seria então uma alternativa que o mercado mundial da atividade turística encontrou para se inserir no novo mercado configurado pela ideologia do desenvolvimento sustentável, e que necessita de investimentos em práticas e tecnologias que permitam minimizar impactos.

Para a Associação Brasileira de Ecoturismo (ECOBRAASIL), o ecoturismo deve: utilizar de forma sustentável os patrimônios naturais e culturais; incentivar a

¹ Uma discussão mais aprofundada do conceito de desenvolvimento de Ignacy Sachs se dá no item 2.1 da presente dissertação, no qual se discute o desenvolvimento e as contribuições do turismo para alcançá-lo.

conservação dos patrimônios naturais e culturais; buscar a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do (meio) ambiente; promover o bem-estar das populações envolvidas (visitantes e visitados). Porém, o ecoturismo é uma das práticas turísticas mais caras no Brasil e no mundo, com preços bastante excludentes, com a utilização de guias e instrutores, além da quantidade de materiais de segurança, que na maioria das vezes são apenas encontrados em agências especializadas, o que acaba tornando estas práticas muito seletivas entre os turistas (PEREIRA & GONÇALVES, 2004)

Com o crescimento desordenado e a saturação ocorrida hoje nos grandes centros urbanos, o processo se inverte, havendo o interesse de retornar ao espaço rural, mais que deve acontecer mediante a um planejamento prévio, buscando novas alternativas produtivas que viabilizem a reprodução e manutenção do homem no campo oferecendo um nível de vida que justifique sua permanência neste espaço (COSTA & COLESANTI, 2002). Assim, o turismo rural e o ecoturismo se apresentam como uma nova alternativa produtiva no meio rural sendo um caminho de complementação da renda familiar e introduzindo o setor de serviços interno à propriedade rural. (GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2000; COSTA e COLESANTI, 2002).

Dentro desse contexto, o turismo no espaço rural e o ecoturismo surgem como atividades complementares ao meio rural, realizando uma transformação nas relações de produção econômica no campo, introduzindo o setor de serviços neste espaço. Estes tipos de turismo podem vir a serem fontes de renda alternativa para áreas onde a atividade agropecuária é restrita ou não pode ser praticada, como no caso das áreas preservadas de Mata Atlântica. Além disso, essas práticas turísticas permitem que o proprietário rural mantenha a vegetação original prevista em lei se prejuízos para a sua propriedade.

Porém, no que se refere à proteção de recursos naturais, não devemos entender como única alternativa para a concretização da mesma a comercialização dessas áreas através da atividade turística, embora essa seja uma forma de se manterem os gastos operacionais. Segundo Ceballos-Lascuráin (2001, p 27):

É importante enfatizar que turismo não deveria ser restrito às áreas protegidas legalmente, uma vez que estas poderiam acabar sofrendo muita pressão. Promover o ecoturismo em áreas naturais que não têm nenhuma proteção oficial pode estimular as comunidades locais a conservarem os recursos e as áreas naturais próximos por iniciativa própria, e não devido a pressões externas.

Contudo ainda hoje não se conseguiu conciliar preservação com apropriação da natureza, ou seja, toda forma de intervenção no meio natural causa algum tipo de dano ao mesmo, porém já se sabe que quando bem planejado, no caso do turismo, levando se em conta os turistas, a população local e o levantamento das condições naturais e culturais do local, os atrativos tendem a se tornarem mais sustentáveis, porém ainda causando impactos significativos. No quadro a seguir podemos ver os impactos do ecoturismo no meio:

| Quadro 2: Impactos do Ecoturismo | |
|---|---|
| Vantagens | Desvantagens |
| geração local de empregos | Empregos exigem qualificação inexistente em muitos casos |
| fixação da população no interior. | Apenas a população rural é beneficiada |
| melhoramento das infra-estruturas de transporte, comunicações e saneamento. | Degradação do meio natural para ampliação das infra-estruturas |
| criação de alternativas de arrecadação para Unidades de Conservação. | Acúmulo de lixo ,deixado pelos freqüentadores que não se preocupam em retirá-los do local, para serem depositados em locais apropriados. |
| diminuição do impacto sobre o patrimônio natural e cultural | Abertura de áreas protegidas pode provocar sua degradação pelos turistas |
| diminuição do impacto no plano estético-paisagístico | Destruição da vegetação rasteira e compactação do solo pela entrada de veículos; destruição da vegetação de porte médio(mata ciliar), para a passagem de veículos e pessoas; queima dos troncos das árvores causada pela improvisação de churrasqueiras provocando a morte e conseqüentemente a queda das mesmas, por ventos e chuvas; corte desnecessário de árvores, feita pelos freqüentadores com a finalidade de armar barracas e/ou fazer fogueiras |
| melhoria nos equipamentos das áreas protegidas. | Poluição sonora causada pelo alto volume dos aparelhos de som instalados nos carros dos freqüentadores |
| Diversificação da economia regional, através da indução do estabelecimento de micros e pequenos negócios. | Falta de estrutura dos estabelecimentos rurais para se adaptar a nova realidade econômica |

Fonte: Elaboração a partir da concordância de diversos autores

Segundo Elesbão (2004), o turismo no espaço rural não é, e nem deve ser apresentado como solução para os problemas do campo, mas como uma opção para contribuir com a geração de renda e emprego, principalmente nas regiões menos favorecidas em termos geográficos e climáticos, onde as opções de produção agrícola são reduzidas. Segundo Santos e Machado (2003), os benefícios para o produtor rural, de antemão, são óbvios: aumento e diversificação de renda, ocupação da mão-de-obra

familiar; interação social e cultural com um público de alto nível educacional e aproveitamento racional de espaços ociosos.

A implantação deste tipo de turismo deve levar em conta todos os impactos apresentados no quadro a seguir:

| Quadro 3: Vantagens e desvantagens do turismo rural | |
|---|---|
| Vantagens | Desvantagens |
| Turismo como opção empresarial dotada de uma metodologia administrativa que visa a conservação ambiental. | Falta de planejamento na implantação do turismo gerando impactos negativos incorrendo diretamente na degradação e descaracterização do espaço rural. |
| Atividade que proporciona o resgate das tradições culturais formando uma identidade local. | Escassez de informações referentes a experiências de projetos já implantados dificultando o planejamento e gerenciamento das atividades turísticas no meio rural. |
| Turismo rural como estratégia de complementação de renda para o produtor rural. | |
| Turismo como fonte de geração de empregos ampliando o mercado de trabalho e fixando o homem do campo em seu ambiente de origem (diminuição do êxodo rural). | Mão-de-obra despreparada para a prestação dos serviços com a nova demanda gerada pela atividade turística. |
| Pluriatividade da empresa rural, permitindo o incremento dos produtos e o aumento da sua comercialização havendo uma agregação de valores. | Insuficiência de regulamentação e normatização para o exercício da gestão do turismo no espaço rural. |
| Revitalização do espaço rural visando a melhoria da qualidade de vida. | Dificuldade do produtor rural em compreender os mecanismos de administrativos do setor de serviços no ambiente rural e interno a sua propriedade. |
| aproveitamento racional de espaços ociosos | |

Fonte: Elaboração a partir da concordância de diversos autores

Para avaliar a potencialidade de uma determinada área deve-se levar em consideração essas vantagens e desvantagens a fim de contatar a viabilidade da atividade turística, de modo a fazer um planejamento adequado para o aproveitamento dos recursos que esta área oferece, e minimizar possíveis impactos negativos que a prática do turismo rural possa vir a causar. A maioria dos autores que estudam o assunto concorda que esta prática ajuda a manter o trabalhador rural em suas atividades, evitando o êxodo e valorizando o seu produto através do comércio e que esta questão

deve ser pensada com maneira extremamente cuidadosa, se preocupando com questões ambientais, e em manter o respeito aos valores culturais das comunidades receptoras.

Quanto ao posicionamento em relação à conservação do meio ambiente, o planejamento turístico pode gerar alternativas do não comprometimento total destes espaços. Ruchmann (1997) relatou que os impactos ambientais positivos ocorridos nos ambientes naturais estão relacionados à criação de áreas programadas e entidades (governamentais e não governamentais) de proteção da fauna e da flora. Segundo Nóbrega (2005, p 13):

“A resignificação destes espaços, ou seja, conceder outra utilidade para este ambiente, no caso, o uso para a atividade turística, pode possibilitar outra alternativa econômica tanto para a comunidade local, quanto para empresários que possuem áreas propícias para essa atividade, tornando acessível a diversas gerações grande parte deste patrimônio, através da conservação.”

Corsi (2004, p 26), aponta, a partir da análise de outros autores, três fatores que poderão organizar e dar apoio às atividades no meio rural, apresentados na tabela a seguir:

Quadro 4: Fatores de organização e apoio às atividades turísticas no meio rural

| | | |
|--|---|---|
| <p>Estruturas de apoio em nível local - devem facilitar a coleta e o aproveitamento adequado de informações, tais como necessidades e as tendências do mercado, a busca de investidores potenciais, o encaminhamento adequado para obtenção de financiamento dos equipamentos, além de prover suporte técnico para os negócios do turismo rural, os projetos e os programas de</p> | <p>Estruturas externas - devem prover o marketing adequado do produto em áreas externas à localidade, principalmente naquelas onde se encontram os fluxos de turistas potenciais para a área.</p> | <p>Consultorias – os prestadores de serviços de consultoria vêm se tornando cada vez mais indispensáveis para o desenvolvimento adequado nas áreas onde o turismo rural se desenvolve. Os especialistas, cada vez mais acessíveis, contribuem com sua experiência e seu conhecimento das técnicas de planejamento à longo prazo. Eles também constituem elementos essenciais para o incremento adequado da atividade e a orientação dos empresários nos investimentos e na operacionalização dos seus negócios.</p> |
|--|---|---|

Fonte: Corsi (2004)

1.3.2 - Turismo Cultural

O turismo, por ser uma prática social, é fortemente marcado pela cultura (CRUZ, 2001). A paisagem turística não existe a priori, como um dado da natureza, mas soa uma invenção cultural (LUCHIARI, 1998, apud Cruz, 2001). As paisagens consideradas mais atrativas são criações culturais, e este tipo de turismo se caracteriza por aproveitar do patrimônio histórico-cultural para atrair os turistas. Esse patrimônio pode ser: obras monumentais, obras de arte consagradas, propriedades de grande luxo associadas às classes dominantes, pertencentes à sociedade política ou civil, considerados patrimônios materiais; ou diversos patrimônios imateriais, que passam de geração para geração e que não possuem **materialidade** (a música, a literatura, dança e o legado cultural das minorias). Segundo Fernández e Ramos (2004, p 118):

Falar de patrimônio cultural é considerar a cultura resultante da interação da sociedade com o ambiente, onde se inclui o conhecimento, as atitudes e hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade.

(tradução nossa)

Na atualidade, existe uma progressiva conscientização dos valores que nosso patrimônio cultural encerra em si mesmo, tendo um importante reflexo no rápido crescimento do turismo cultural e na grande demanda de informação que este necessita, pois também se associa a uma concepção de desenvolvimento que aposta na sustentabilidade tanto do sistema físico-natural como do econômico e social (FERNÁNDEZ & RAMOS, 2002). Segundo Pinhão e Trevisan (2005, p 121):

O conhecimento que se tem da imagem de uma comunidade ou de um grupo social sobre seu lugar constitui uma possibilidade para se desvendar os significados e entender a história, as manifestações culturais, o modo de vida, os costumes, os hábitos, enfim, tudo o que contribui para a formação de uma identidade local.

O objetivo deste tipo de turismo é aproveitar esse patrimônio para levar conhecimento da história de determinados locais para o turista, fazendo-o conhecer um pouco da história da população local, regional, ou em muitos casos, fatos que fazem parte da história de um país. O local é onde se produzem as grandes ações culturais de criação, conservação e inovação, e é deste local que deve impulsionar as ações de promoção da cultura em todas as suas vertentes (FERNÁNDEZ & RAMOS, 2002). Por isso, deve vincular-se à própria comunidade, a seu crescimento, o que implica um melhor nível de vida e na necessidade de desenvolvimento que reforce sua identidade local (FERNÁNDEZ & RAMOS, 2002).

O turismo cultural também tem grande importância na recuperação urbanística e arquitetônica, pois gera uma preocupação em manter patrimônios históricos, recuperando-os e gerando uma infra-estrutura para receber os turistas, o que gera o crescimento da economia local. Segundo Dantas (2006), o planejamento como estratégia é móvel, comove e envolve os indivíduos nas suas vivências e convivências. Segundo esta autora, o planejamento requer do planejador a perspicácia para selecionar de um universo saturado de dados, informações e significados, aqueles que merecem ser preservados. A preservação planejada, por sua vez, estabelece a melhor maneira de se aproveitar o patrimônio cultural.

Segundo Corsi (2004, p 31), os turistas:

Querem aprender sobre outras culturas e isso faz com que haja uma revitalização no processo cultural trazendo benefícios para Museus, que passam a ser sustentados por atividades turísticas e benefícios para as comunidades hospedeiras desse turismo.

Segundo Fernández e Ramos (2004) o patrimônio cultural contribui para formar a identidade própria dos diferentes destinos turísticos, além de revalorizar os elementos

históricos existentes nestes destinos. Segundo Dantas (2006), a própria cidade passou a incorporar essa noção de antiguidade vinculada à preservação e ao culto ao passado, não sendo uma consequência direta e inexorável ao fato de se estar enraizado ao lugar.

Segundo Corsi (2004 p 32), o turismo cultural é independente de sua condição socioeconômica do turista, mas, com certeza, muito mais por sua formação, escolaridade, informações e nível cultural. Esses turistas são consumidores de serviços, paisagens (urbanas ou rurais) e cultura **não material**.

1.3.3 - Turismo de Negócios e Eventos

O turismo de negócios é praticado por empresários, e se baseia nas viagens para fechamento de acordos entre as empresas ou para a criação de novas oportunidades de investimentos. Segundo Hoeller (2001, p. 51), Turismo de Eventos é:

A parte do Turismo que leva em consideração o critério relacionado ao objetivo da atividade turística. É praticado com interesse profissional e cultural por meio de congressos, convenções, simpósios, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais, entre outros, e é uma das atividades econômicas que mais crescem no mundo atual.

Geralmente, o turismo de eventos está associado ao turismo de negócios, sendo os eventos para a atração de investidores para fechar negócios em um determinado setor a partir de grandes eventos e feiras para promover determinado setor econômico. As feiras, shows, exposições têm sido tomados como âncoras para a atração de fluxos turísticos para localidades de todo porte (desde pequenos até grandes municípios) (CRUZ, 2001). Esses eventos são capazes de dinamizar as localidades e inserir as localidades no mapa turístico (CRUZ, 2001).

1.3.4 - Turismo religioso

Este tipo de turismo é movido pela fé, que faz com que muitos turistas se dirijam as cidades para visitar igrejas ou espaços sagrados, divulgados pela tradição popular. A Agência Brasil Viagem (2007) lembra que existem vários tipos diferentes de viagens com intuito religioso. A Romaria, por exemplo, é a atividade turística feita por livre disposição do viajante aos destinos sagrados, onde não há nenhum tipo de compromisso a ser cumprido, a não ser conhecer a região. Já a Peregrinação é quando o turista viaja para cumprir promessas ou votos feitos a divindades. Neste caso, datas e prazos devem ser seguidos em função dos votos feitos. Existem também as viagens feitas com intuito

de se redimir de alguma culpa ou pecado, de forma espontânea ou aconselhada por algum líder religioso. Estas são chamadas de viagens de Penitência ou de Reparação.

No Brasil, destaca a cidade de Aparecida, conhecida nacionalmente por glorificar a padroeira do Brasil. Segundo a Agência Brasil Viagem (2007), o que transforma uma cidade comum em um destino religioso são fenômenos sem nenhuma explicação científica como aparições de imagens celestiais refletidas em algum objeto, ou um religioso local que passa a realizar milagres ou curas. O fato extraordinário se espalha, e muitas vezes, toma âmbito nacional, fazendo com que a região passe a ser visitada por turistas nacionais e internacionais.

1.3.5 - Estâncias

As estâncias são municípios que, por suas características e condições de lazer, recreação e recursos naturais e culturais específicos, dispõem de infra-estrutura e serviços direcionados à atividade turística, seguindo legislação específica e pré-requisitos para classificação. Há 4 tipos de estâncias definidas desta forma pelo Governo do Estado de São Paulo:

Estâncias balneárias: são regiões litorâneas, com praias e estrutura voltada para atender o turista em atividades como pesca, mergulho e esportes náuticos;

Estâncias Climáticas: são regiões nas quais a predominância do clima ameno e a tranquilidade propiciada pelas pequenas cidades são os principais atrativos e oferecem atrativos tais como museus, construções históricas, grutas, fontes de água radioativa, serras, mirantes, cachoeiras, etc.;

Estâncias Hidrominerais: as fontes de águas medicinais, clima ameno e suas paisagens fazem com que cidades com importantíssimo valor histórico atraiam um grande número de turistas que desejam descanso e lazer, propiciados pelos parques ecológicos, banhos em piscinas naturais, cachoeiras e balneários;

Estâncias Turísticas: são cidades que possuem diversos atrativos históricos, artísticos ou religiosos, tais como vinícolas, tradições, construções modernas, museus, vida noturna, etc.

2 - Turismo, Território e Desenvolvimento

2.1 - Turismo e Desenvolvimento Local

Para Castro (2005), a atividade turística é uma das mais significativas plataformas estratégicas de arrecadação de divisas, geração de emprego e outros bens sociais. Segundo A.M. Rodrigues (1997), o turismo se caracteriza como atividade complexa que produz e consome espaços sociais e paisagens numa articulação em pontos do território em uma economia globalizada, sendo necessário analisar o circuito produtivo de forma ampla. Silva (2006 b) complementa que a atividade turística se desenvolve, fundamentalmente, a partir da esfera econômica e, para tanto, necessita de uma organização política que lhe dê suporte e, muitas vezes, fomento. A análise do subsistema econômico-político envolve a compreensão dos processos produtivos, políticos e legais, que favorecem, ou não, o seu desenvolvimento, e que podem se reproduzir em diversos níveis escalares: local, regional, nacional e internacional.

Para isso, fazemos, primeiramente, uma reflexão sobre o que seria desenvolvimento para refletir sobre como a atividade pode contribuir para o desenvolvimento local. Segundo Salamoni e Gerardi (2001), o desenvolvimento não é apenas um processo de acumulação e aumento do produto econômico, mas, principalmente uma via de acesso a formas sociais mais aptas para estimular a criatividade humana e para responder às aspirações de uma sociedade. Portanto, desenvolvimento não é a mesma coisa que crescimento econômico, e este por si só, não garante o desenvolvimento.

O conceito de desenvolvimento é muito mais amplo e multifacetado, deve levar em conta as condições sociais, culturais, a democratização de espaços públicos e incorporação de novas tecnologias e segundo Rodrigues (2003), traz em seu bojo algumas ambigüidades. Desenvolvimento requer melhoria da qualidade de vida, distribuição de renda, modernização da economia e uma sustentabilidade mais complexa do que apenas a ecológica, que Sachs descreve em seus trabalhos. Souza (1997, p 18) define desenvolvimento como “um processo de superação de problemas sociais, em cujo âmbito uma sociedade se torna, para seus membros, mais justa e legítima”. Neste contexto, o termo desenvolvimento deve combinar eficiência econômica com justiça social, e prudência ecológica para minimizar os impactos sobre o meio ambiente, e segundo Neder (2002), suas prioridades devem estar ao alcance de finalidades sociais.

Para Orlando (2004), o modelo de desenvolvimento é amparado por um conjunto de instituições econômicas, por uma economia de mercado e por um conjunto de instituições políticas, como o Estado Nacional e a democracia. Para este autor, o desenvolvimento é um processo multifacetado e que transcende o econômico, e que se relaciona à diversas variáveis. Segundo Dall'Acqua (2003), o desenvolvimento de uma sociedade é regido por quatro sub-processos: econômico, social, cultural e político-administrativo, que se encontram intimamente ligados, sendo inadequado fazer uma análise de um deles sem considerar os demais. Esta autora complementa afirmando que cada fenômeno tem sua espacialidade bem definida, e para se falar em espaço ou região, faz necessário tomar partido das suas espacialidades – cultural, política, social e econômica.

Para Moreno (2002, apud A.RODRIGUES, 2003), o movimento de desenvolvimento local combina duas tendências que se complementam: por um lado, na qualidade de movimento fundado na ideologia e por outro como um processo de reestruturação econômica e social, em que a escala local ganha peso no que tange à responsabilidade na concepção, implantação e gestão de projetos que mobilizem os recursos de um dado território, recursos tanto físicos, quanto sociais e culturais.

Segundo Orlando (2004, p 2), “o local é um espaço definido pela construção social, onde estão envolvidos, ao mesmo tempo, laços territoriais, sociais econômicos, políticos, culturais e ambientais.” O local é uma mercadoria cuja importância é proporcional à capacidade de sua funcionalidade, ou seja, à possibilidade de se atingir um maior número de vantagens, e deve ser visto como um espaço diferencial competitivo em mercados globalizados e um espaço alternativo para a construção de um modelo de desenvolvimento (ORLANDO, 2004), e se constitui como espaço de regulação e prática institucional, como organização sócio-espacial ou político-econômica (SWYNGEDOUWN, 1989, apud DINIZ, s/d).

Cada localidade é individualidade no sentido de seus atributos naturais, econômicos, antropológicos, históricos, sociais e políticos, havendo, portanto, conteúdo material e imaterial, não sendo reproduzível ou copiável, gerando uma espiral de competição inter-territorial, a qual, por sua vez, exige escalas de controle e dominação, cooperação e competição, homogeneização e diferenciação, ganho e perda de poder (SWYNGEDOUWN, 1989 e 1997, apud DINIZ, s/d). Esta individualidade remete a um fator que torna o local diferente dos demais lugares.

Para este trabalho, consideramos que o modelo de desenvolvimento deve ser amparado por instituições locais para a geração do desenvolvimento local, e que estas instituições devem zelar pela sustentabilidade do território. A maioria dos autores que pesquisam as instituições concorda que nenhum país consegue crescer de forma consistente por um longo período de tempo sem que antes desenvolvam de forma sólida suas instituições. Por instituição se entende uma legislação clara que garanta os direitos de propriedade e impeça o não cumprimento dos contratos firmados, um sistema judiciário eficaz, agências regulatórias firmes e atuantes (NORTH, apud SILVA, 2004).

O mundo globalizado tem ampliado a competição, e a quebra de barreiras e redução do protecionismo levam à disponibilidade de bens e serviços para todo o mundo (RODRIGUES JUNIOR, 2004). O ambiente global competitivo aumenta a competitividade entre as localidades nos níveis global e regional por investimentos, o que torna local é uma alternativa para as transformações políticas, econômicas, sociais e ambientais, necessitando, portanto, de políticas que mobilizem suas potencialidades e recursos.

A capacidade de atração de cada região ou localidade passa a depender, cada vez mais, do conjunto de elementos locais, naturais, econômicos, sociais, culturais e políticos, complementares ou sistêmicos (DINIZ, s/d) e nesse contexto o turismo tem surgido como alternativa de desenvolvimento para determinadas regiões, mas alertamos, porém, que não deve ser considerada a única estratégia nem a solução dos problemas econômicos e sociais existentes, mas uma alternativa complementar ao processo de desenvolvimento, uma vez que a atividade apresenta oscilações na demanda.

Segundo Silva (2004), com a crescente dificuldade em distribuir espacialmente o crescimento, a questão central do desenvolvimento passou a ser a do desenvolvimento regional endógeno, que pressupõe o controle territorial das economias regionais visando o aumento da eficiência de todos os fatores produtivos, com sua estratégia baseando-se na utilização de pequenas e médias empresas (PME), as quais devem surgir por iniciativa de agentes locais, de modo a possibilitar a retenção dos valores adicionados no contexto da própria matriz econômica territorial. Neste contexto, passam a surgir aglomerações de empresas, clusters e arranjos produtivos locais, a serem discutidos no capítulo 3.

Segundo Balastri Rodrigues (1997), na contracorrente da globalização, o lugar aparece com toda a sua força, porque é nos fragmentos que se assenta o global, que se alimenta das diferenças. As economias regionais e locais devem ser reequacionadas

nessa perspectiva global (AMIN e ROBINS, 1994), porém, o local não é reflexo dos planos nacional e internacional (ORLANDO, 2004), mas desenvolve posicionamentos de modo a adequar esses planos à suas necessidades e potencialidades. Soma-se a isso, o fato do local apresentar recursos e potencialidades únicos e não reproduzíveis em outro lugar, sendo assim, uma valiosa fonte de vantagem competitiva, importantes para definir a localização das empresas.

A criação dos aglomerados, clusters, arranjos produtivos, e de sua sustentabilidade, é a criação de capacidades especializadas dentro de regiões para a promoção de seu desenvolvimento econômico, ambiental e social (DALL'ACQUA, 2003), aproveitando ao máximo os recursos que a região oferece. Portanto, a globalização não elimina os contextos sociais e institucionais locais, e sim, reforça a importância dos tecidos locais (DINIZ, s/d).

O processo de globalização e as mudanças tecnológicas e estruturais mudaram a natureza e as condições do desenvolvimento local. As localidades devem ser vistas como espaços ativos dotados de cultura, história, recursos humanos e materiais diferenciados. Nessa perspectiva a inovação e os formatos institucionais se sobressaem como elementos centrais, tanto para o entendimento quanto para as políticas de desenvolvimento local.

(DINIZ, s/d, p 1)

Muitos autores concordam que a globalização da atividade econômica e a tendência das empresas que operam em áreas de negócios afins se localizarem e atuarem em proximidade, têm tornado-se forças motrizes do desenvolvimento econômico. Neste contexto, a globalização tem se revelado compatível com a “localização” de vantagens competitivas em diversas atividades industriais e de serviços

O desenvolvimento local é resultado da demanda da sociedade com anseios cada vez mais participativos em um contexto de globalização, reestruturação produtiva das economias nacionais e crises existentes (ORLANDO, 2004), e sua estratégia deve contemplar as dimensões sociais, aperfeiçoamento dos sistemas políticos, participação da sociedade civil, respeito à diversidade cultural, transformação democrática do espaço público, utilização de novas tecnologias para a maximização das possibilidades de desenvolvimento e a idéia de preservação ecológica. Rodrigues (2003, p 16), define o desenvolvimento com base local como:

...a mobilização de um conjunto fortemente coeso de sujeitos de um determinado lugar, em torno de um objetivo comum, após o reconhecimento tanto dos entraves ao desenvolvimento, quanto das potencialidades locais, para a consecução de objetivos definidos conjuntamente num projeto de reestruturação socioeconômica, que definirá novas territorialidades, onde o poder local constitui eixo condutor, caracterizando-se por marcada endogenia.

Segundo Souza (1997, p 19), “o desenvolvimento exige a consideração simultânea das diversas dimensões constituintes das relações sociais (cultura, economia e política) e, também, do espaço natural e social.”

Sobre as estratégias de desenvolvimento local, Reis (2005, p 1) afirma:

As estratégias de desenvolvimento, por outro lado, redimensionam-se territorialmente e reformulam-se como práxis. No local, as comunidades desenvolvem a aguda percepção da necessidade premente de tornarem-se agentes de seu próprio desenvolvimento, por intermédio do fortalecimento, no espaço contíguo, de relações sociais de caráter primário e, no espaço em rede, de relações de caráter secundário. A solidariedade, ao se estabelecer como força sinérgica, é repensada como estratégia de planificação do espaço construído, com o objetivo de satisfazer as necessidades fundamentais dos segmentos sociais de baixa renda, a exemplo da moradia, da infra-estrutura e dos serviços básicos.

O desenvolvimento local requer a ação de atores e poderes locais, o que requer a descentralização do Estado, iniciativas locais, autonomia e gestão comunitária (ORLANDO, 2004). As autoridades locais (prefeituras) têm um maior conhecimento das potencialidades locais e dos recursos disponíveis, e são o nível de governo mais próximo da população, o que lhe facilita a supervisão de processos de planejamento, políticas e regulamentações que contribuem para a implementação das políticas nacionais. Estas autoridades locais são responsáveis pela construção, operação e implementação da infra-estrutura econômica, social e ambiental. Orlando (2004) complementa essa idéia afirmando que os atores locais estão articulados pelo cotidiano e pelo pertencimento a organizações e construções de práticas coletivas e solidárias de desenvolvimento. A cooperação local passa a funcionar como uma determinante chave na capacidade local de competição. O território constitui a dimensão física, política e simbólica onde erigem-se as formas e desenrolam-se as ações que lhe dão legitimidade, e daí surge o pacto territorial da comunidade (A. Rodrigues, 2003). Este pacto:

...significa apropriação e valorização dos recursos materiais e imateriais de um dado território num projeto de desenvolvimento auto-centrado, através de um movimento participativo, e articulado dos diversos movimentos sociais, visando a eficiência econômica, à preservação cultural e a prudência ecológica que culminem com a justiça social.

(A. RODRIGUES, 2003, p 17)

Para o sucesso econômico do modelo de desenvolvimento, Diniz (s/d) afirma:

O sucesso econômico de cada país, região ou localidade passa a depender da capacidade de se especializar naquilo que consiga estabelecer vantagens comparativas efetivas e dinâmicas, decorrentes do seu estoque de atributos e da capacidade local de promoção continuada de sua inovação. Além dos atributos que possui, o esforço de busca e a luta competitiva, centrada no processo inovativo, vai depender de duas dimensões: da capacidade

empresarial em promover pesquisa e desenvolvimento e identificar novos produtos ou processos, que assegurem o sucesso econômico (produtivo e comercial) da empresa e; da capacidade local de aprender, no sentido de se criar uma atmosfera de transformação e progresso, no que Asheim (1996) chamou de aprendizado regional (learning regions) e Keble et al (1998) de aprendizado coletivo (collective learning)

A.Rodrigues (2003) complementa esta idéia ao dizer que as comunidades representam o diferencial na criação de vantagens competitivas e ao definir as funções dos sujeitos do desenvolvimento.

Os sujeitos do desenvolvimento terão como meta a valorização de todos os atributos de um dado território, pautando-se pelo pacto territorial, cuja escala de ação pode extrapolar as fronteiras municipais, congregando vários municípios, que articulados por uma salutar parceria – cuja ação não será baseada na competição, mas sim, na complementaridade – produzirão resultados que beneficiem a todos.

(A.RODRIGUES, 2003, p 20)

Devemos alertar também que nos modelos de crescimento endógeno, o conhecimento é visto como objeto de uma difusão instantânea por todos os agentes de um sistema econômico, desde quando não existam barreiras jurídicas, a exemplo da propriedade intelectual e de patentes (SILVA, 2004). O conhecimento como o motor do aumento da eficiência e do crescimento econômico, sua difusão, no entanto, ainda não é um processo automático e democrático, dessa forma, as condições existentes que possibilitam uma efetiva apropriação de conhecimento novo por um número cada vez maior de agentes econômicos passam a ser uma parte relevante da explicação do diferenciado e desigual nível de crescimento econômico de países e regiões (SILVA, 2004). A globalização propiciou a difusão de informações de maneira rápida, informações que se transformam em conhecimento, que se adapta às realidades locais e gera as inovações. Ao citar Schumpeter, Dall'Acqua (2003) complementa essa idéia ao afirmar que a inovação se constitui no fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico, e que o conhecimento e a informação são as principais causas das transformações na produção.

O modelo desenvolvimento necessita do capital existente no local para ser sustentável do ponto de vista econômico, e segundo Banco Mundial existem de quatro formas básicas de capital:

- o **capital natural**, constituído pela dotação de recursos naturais de um país ou região;
- o **capital construído**, aquele gerado pelo ser humano, incluindo as infra-estruturas, os bens de capital, os capitais financeiro e comercial, etc.;
- o **capital humano**, determinado pelos níveis de nutrição, saúde e educação da população; e

- o **capital social**, recentemente “descoberto”, que pode vir a constituir-se em valiosa ferramenta de análise do crescimento e do desenvolvimento de base local ou regional.

(SILVA, 2004, p 84)

Silva (2004, p 84) utiliza a definição de Durston (1999, p 103) em que por capital social “se entende o conjunto de normas, instituições e organizações que promovem a confiança e a cooperação entre as pessoas, nas comunidades e na sociedade em seu conjunto.” Albagli e Maciel (2003, p 430), listam alguns aspectos que podem ser considerados como benefícios econômicos do capital social:

[...] maior facilidade de compartilhamento de informações e conhecimentos, devido a relações de confiança, espírito cooperativo, referências sócio-culturais e objetivos comuns;

confirmação de ambientes propícios ao empreendedorismo, o que contribui para a promoção do dinamismo, da competitividade e da sobrevivência sustentada de países, regiões, organizações e indivíduos; a geração de trabalho e renda; e o “empoderamento” de segmentos sociais excluídos;

melhor coordenação e coerência de ações, processos de tomada de decisão coletivos, bem como maior estabilidade organizacional, o que também contribui para diminuir custos;

maior conhecimento mútuo, ampliando a previsibilidade sobre o comportamento dos agentes, reduzindo a possibilidade de comportamentos oportunistas e propiciando um maior compromisso em relação ao grupo [...].

Segundo estas autoras, existem evidências da existência de uma forte relação entre capital social e a formação de aglomerações territoriais produtivamente inovadoras, o que ocorreria de modo mais especial nos chamados “arranjos produtivos locais”, por envolverem não apenas empresas, mas outros tipos de atores, como organismos governamentais, associações, instituições de pesquisa, educação e treinamento, etc, mas alertam que capital social e APLs não se vinculam de forma automática, mas o capital social “pode ser um fator de interação cooperativa para o desenvolvimento local e, portanto, deve ser considerado uma peça importante – mas não a única – na mobilização de arranjos produtivos locais.” (ALBAGLI e MACIEL, 2003, p 432).

Feita esta breve discussão sobre desenvolvimento, Souza (1997) alerta que para se analisar a questão da contribuição do turismo para a geração do desenvolvimento local deve se levar em conta duas importantes dimensões de análise: a autonomia, uma vez que o desenvolvimento social pressupõe que uma coletividade tenha autonomia para gerir seus destinos e disciplinar a atividade, com a população participando da gestão dos recursos sócio-espaciais da localidade para que uma determinada atividade traga desenvolvimento duradouro; e os graus de complexidade diferentes, em função do maior ou menor choque ou contraste produzido pelo contato regular entre grupos sociais

sócio-econômica e culturalmente distintos. As atividades turísticas podem atuar como impulsoras nas etapas iniciais do desenvolvimento econômico de um território (LORENZO & e ZAMORA, 2005), e pode ser uma atividade que irá recuperar uma região em estagnação e proporcionar sua inserção no mercado mundial (MORETTI & RODRIGUES, 2001), desde que seja integrado com o meio receptor e eficazmente planejado o turismo pode se tornar um agente dinamizador de áreas deprimidas (SILVA, 2004).

Mas para que isso ocorra se torna necessário um projeto que oriente a forma como se desenvolverá a atividade. Com isso, o turismo passa a integrar projetos políticos e discursos de candidatos e eleitos, que o apresentam como uma possibilidade plausível de desenvolvimento local (VOISIN, 2004).

Nos últimos anos o turismo tem se constituído objeto de maior interesse por parte de governos de países em todo o mundo, tornando-se um setor cada vez mais considerado na formulação das políticas de desenvolvimento territorial, notadamente nas escalas regional e local. Esse interesse crescente em promover a atividade turística se deve muito à necessidade imposta, sobretudo aos governos nacionais e sub-nacionais, de procurar desenvolver as vantagens comparativas dos territórios, fomentando setores que, além de apresentarem um significativo potencial de expansão, possam promover a integração desses territórios em espaços mais vastos e competitivos, para fazer frente à competitividade territorial ocasionada pelo processo de globalização econômica.

(SILVEIRA, 2005, p 129)

Segundo Beni (2003) a contínua integração da economia mundial, que se intensificou neste final de século com o advento da globalização, não tem resultado numa redução das desigualdades entre países e regiões, mas sim no acirramento da concorrência, em nível internacional, o que tem ocasionado um sensível aumento das disparidades internacionais e, sobretudo inter-regionais. Segundo Barros (2005), além da sustentabilidade, a globalização é outra força que está mudando o turismo, e está associada a uma aceleração no tempo e a uma integração dos espaços mundiais e que a atividade turística deve estar atenta a essas mudanças. Neste contexto, Silva (2004, p 35) afirma:

As características que distinguem uma região são a sua abertura econômica e a sua integração num espaço de maior amplitude. Cada vez mais as fronteiras nacionais estão deixando de significar barreiras à circulação de mercadorias, idéias e capitais, devido, sobretudo, às inovações tecnológicas nos meios de comunicação e transporte. Esses aspectos têm forte repercussão sobre as atividades econômicas em geral e sobre o turismo em particular, influenciando e determinando um dinamismo cada vez mais intenso desta atividade em todo o mundo, haja vista o incremento na mobilidade das pessoas, no número de viagens e nos conseqüentes fluxos físicos e monetários que se deslocam entre países e regiões, por razões e motivações cada vez mais diversificadas.

Benevides (1997) alerta que a globalização, ao estabelecer uma integração seletiva e hierarquizada dos lugares, tende a ampliar suas condições de marginalização, sendo o local a base para minimizar os efeitos perversos deste processo e gerar o desenvolvimento. Este tipo de desenvolvimento deve se preocupar com a manutenção da identidade cultural dos lugares, como fator de atratividade, estabelecimento de maior intercâmbio e integração entre as populações hospedeiras e visitantes, construção de uma via democrática para o desenvolvimento, infra-estrutura e minimização de impactos negativos. Já Dall'Acqua (2003, p 44) alerta que a globalização “é social, política, tecnológica e cultural” e que é “a razão do ressurgimento de identidades locais”. Segundo Silva (2004, p 324-325):

Os efeitos da globalização no turismo requerem, de acordo com Ivars (2003), uma análise mais profunda desde uma perspectiva crítica que contribua para a compreensão dos seus impactos diretos, indiretos ou diferidos sobre os espaços turísticos, de modo a possibilitar o desenvolvimento das ações necessárias a uma correta adaptação da escala local e regional aos processos globais. Considerando que esses processos globais se traduzem em efeitos territoriais tendo em vista que afetam de modo concreto e tangível o dinamismo ou o declive de um expressivo número de territórios, torna-se relevante e indispensável encontrar-se as melhores alternativas para se buscar e alcançar a integração dos espaços turísticos nas dinâmicas da globalização. Neste sentido, Ivars relaciona uma série de fatores que podem explicar o caráter espacialmente não homogêneo nem uniforme da globalização, relativamente à atividade do turismo:

- a emergência de novos espaços emissores e receptores de turismo;
- o potencial fortalecimento das relações centro-periferia provocado pelos processos de concentração empresarial dos operadores turísticos que aumentam seu poder de negociação sobre as empresas localizadas no destino;
- o impacto nos fluxos turísticos da dialética entre a uniformização e a diversificação das preferências da demanda;
- os critérios de localização empresarial em relação com os fluxos de investimentos econômicos, a introdução de novas tecnologias, a regulação administrativa e os efeitos, na estrutura de custos das empresas, do fator humano e da possível internalização dos custos ambientais;
- as dificuldades da diferenciação dos espaços turísticos em um mercado global; e
- as tensões entre os interesses locais, regionais e nacionais com os globais.

Para Benevides (1997), o turismo como alternativa para o desenvolvimento local configura uma contraposição ideológica à globalização, aglutinando em torno de si posturas críticas a esse atual processo. Para este autor, essa aglutinação decorre das da centralidade mundial que a questão ambiental assume e o papel do turismo nesse contexto histórico e ideológico. O local, segundo este autor, é uma alternativa ao padrão dominante de desenvolvimento, um espaço que, por estar à margem desse padrão, preserva relações comunitárias pouco hierarquizadas, e enseja a continuidade de formas mais ambientalmente sustentáveis de produzir, submetidas às culturas de intercâmbio

material tradicional entre sociedade e natureza. O patrimônio encerra evidentes vantagens comparativas e competitivas em projetos de desenvolvimento local (RODRIGUES, 2003), que são notadamente aproveitadas por projetos turísticos, que o transforma em atrativo para os turistas. Segundo Silva (2004, p 336):

Para que a relação entre os fatores endógenos e exógenos do desenvolvimento favoreça o desenvolvimento de base local, é necessário, segundo Silva (2003), que ocorra a valorização dos fatores endógenos, conformando um processo de “territorialização” turística, o que complementa e reforça os aspectos locais referenciados por Christaller.

Segundo Silva (2004), há quatro condições básicas, sem as quais o território ficará exposto e sujeito ao impacto determinante de fatores exógenos: interação sociopolítica; identidade, laços de coesão e projeto social. Na ausência dessas condições não ocorrerá o desenvolvimento. Lorenzo e Zamora (2005) afirmam que para o turismo contribuir para o desenvolvimento local, deve-se haver um controle de gestão, aproveitamento ótimo dos recursos para que haja baixo impacto, revitalização das economias locais para a participação da população para assegurar que este alcance os benefícios gerados e haver uma melhor qualidade de vida na comunidade e por fim, respeito às culturas e tradições locais. Somente a partir do conhecimento dos componentes do território, sejam eles naturais ou socioeconômicos, será possível indicar seu ordenamento e as formas de crescimento e desenvolvimento da atividade turística (SILVA, 2006 b). Segundo Silveira (2005, p 133):

Ao mesmo tempo, o desenvolvimento do turismo depende em alto grau da combinação de diversos fatores, com destaque para a oferta de infra-estrutura de base (transportes, energia, saneamento, telecomunicações) e de equipamentos específicos (meios de hospedagem, restaurantes, equipamentos de lazer, etc); a disponibilidade de recursos/atrativos ambientais (naturais e culturais) preservados e de recursos humanos capacitados; e a procura por parte da demanda real e potencial de turistas.

Para Benevides (1997, p 28), a discussão sobre turismo como fator de desenvolvimento local teria três pontos relevantes:

- a) As equivocadas interpretações antropológicas sobre identidades/descharacterização culturais, que tendem a ter uma compreensão fossilizada de uma suposta autenticidade cultural, presa a um passado que quanto mais for pré-capitalista mais legitimidade teria, e desse modo não consideram devidamente as relações funcionais e dinâmicas que as representações e as produções culturais têm com os seus contextos materiais;
- b) Propostas de políticas supostamente progressistas que parecem conferir identidade de ator social a uma categoria eminentemente espacial, que é o local, e mesmo que assim o fosse, esqueceriam de ver que muitas comunidades locais tradicionais estão organizadas por relações de espoliação econômica e de dominação política bastante excludentes;

c) desenvolvimento sustentável, o que não significa desqualificá-los radicalmente, mas somente estabelecer os seus alcances e limites.

O turismo contribui para o desenvolvimento na medida em que os serviços oferecidos por um centro turístico, de acordo com a teoria da base econômica urbana – razão “básico-não básico”, são os seguintes: básicos, ou seja, aqueles que podem ser utilizados pelos turistas pendulares – *souvenirs*, alimentação, artesanato, galerias de arte, antiquários, discotecas, boutiques, restaurantes, serviços profissionais; e não-básicos, ou aqueles que vêm a ser usados pelos turistas que pernoitam na localidade – estruturas de alojamento em geral. Acrescentamos neste ponto a inter-relação com alguns setores produtivos que se desenvolvem em conjunto com o setor turístico, apresentando oscilações da produção juntamente com as oscilações do mercado turístico, ou que usam a atividade como estratégia de promoção de sua produção, como nos casos de alguns APLs industriais e agro-industriais.

Apesar disso, existem casos em que o turismo, além de não beneficiar as demais atividades produtivas – por não gerar os efeitos de espraiamento ou de transbordamento sobre as mesmas, poder chegar a prejudicá-las. Isso ocorre em função do turismo concorrer com as demais atividades econômicas da região pelos mesmos fatores produtivos – mão-de-obra, terra, recursos financeiros, etc., e a sua expansão pode ocorrer à custas da perda do dinamismo de outra(s) atividade(s) produtiva(s) (SILVA, 2004).

No caso de uma expansão mal planejada ou não controlada do turismo pode acarretar outros ônus e uma série de custos para uma determinada zona ou região; tratam-se de custos de longo prazo, que limitam o potencial de crescimento futuro da zona: a necessidade de ampliar a prestação de serviços públicos na zona; de construir e manter as infra-estruturas necessárias; assumir as externalidades negativas da atividade, de difícil mensuração – problemas de tráfego e estacionamento, contaminação de praias, destruição de paisagens naturais, etc. Nesse contexto, os benefícios econômicos do turismo podem converter-se em uma mera ilusão para os países ou regiões de recepção em desenvolvimento (GODED SALTO, 1998, apud SILVA, 2004).

No que se refere ao desenvolvimento sustentável, sua discussão atualmente se baseia apenas na sustentabilidade ecológica, desconsiderando outras questões. As políticas ambientais esbarram em conflitos de toda ordem, sejam econômicos, naturais, sociais e culturais. Em seus diversos trabalhos, Ignacy Sachs considera que existem outros tipos de sustentabilidade, relevantes para este estudo e resumidos a seguir:

- a sustentabilidade social, que tem como objetivo a redução das desigualdades sociais, tendo como componentes principais a produção de bens que atendam as necessidades sociais básicas e a criação de postos de trabalho que permitam melhor qualidade de vida;

- a sustentabilidade econômica, que tem como objetivo o aumento da produção de riqueza social sem dependência externa, e que tem como componentes principais o fluxo permanente de investimentos públicos e privados, o manejo eficiente de recursos, absorção pela empresa dos custos ambientais e a endogeneização (contar com suas próprias forças);

- sustentabilidade espacial ou geográfica, com objetivo de evitar excesso de aglomerações, tendo como componentes principais a desconcentração espacial de atividades da população, descentralização e democratização local e regional do poder e relação cidade-campo equilibrada;

-sustentabilidade cultural, com objetivo de evitar conflitos culturais com potencial regressivo, que tem como componentes principais as soluções adaptadas a cada ecossistema e respeito à formação cultural comunitária;

-sustentabilidade ecológica, que tem como objetivo a qualidade do meio ambiente e preservação das fontes de recursos energéticos e naturais para as próximas gerações e que possui como principais componentes a produção com respeito aos ciclos ecológicos dos ecossistemas, prudência no uso de recursos não renováveis, prioridade à produção de biomassa e insumos naturais renováveis, redução energética e conservação de energia, tecnologia e processos produtivos de baixo índice de resíduos e cuidados ambientais.

Devemos considerar nas estratégias de desenvolvimento, que os seres humanos devem ser o centro e a razão do processo, para a superação das desigualdades sociais e da pobreza para alcançar as demais modalidades de sustentabilidade, ao invés de partir da ecologia para alcançar o desenvolvimento. Segundo Sekigushi e Pires (1995), “a preocupação com os problemas sócio-ambientais deve incluir a compreensão e o incentivo a novas posturas e comportamento dos atores sociais, envolvidos em conflitos diversificados gerados por esses problemas”, com a questão devendo ser tratada na ordem política e estrutural. Ao criar um mercado de consumo de bens ambientais ou de capitais naturais, o turismo pode abrir possibilidades para o que Sekigushi e Pires (1995) definem como novas formas de oligopolização e privatização da economia, com

o controle econômico do uso privado do ambiente e da qualidade de vida, sempre regulado pela renda individual e com garantia do Estado.

Para Acsehrad (1995), os preços prevalecentes correspondem aos custos privados da exploração dos recursos naturais, com as técnicas dominantes ineficientes do ponto de vista ambiental, havendo a necessidade de mudança de técnica para baixar os custos. Assim como qualquer outra atividade econômica, o turismo causa impactos sobre o meio ambiente, não podendo ser considerada uma atividade sustentável no que se refere ao meio ambiente, culturalmente existem impactos sobre o patrimônio cultural, não é sustentável do ponto de vista econômico, devido a períodos de baixa temporada, podendo exercer pequenos ou grandes impactos de acordo com o planejamento feito, e por isso, não é uma atividade sustentável. Deve-se, portanto, ser levado em consideração o custo-benefício antes de adotar alguma atividade econômica como estratégia de desenvolvimento.

Devido aos problemas gerados ou ampliados, o Estado e o mercado deverão ser readequados para se alcançarem os objetivos propostos (SEKIGUSHI & PIRES, 1995). O desenvolvimento sustentável, atualmente, não existe, exatamente por não existir uma atividade econômica sem impactos no meio ambiente e que atinja todas as dimensões da sustentabilidade. Os próprios termos desenvolvimento e sustentabilidade são contraditórios entre si, pois as atividades econômicas necessitam de recursos, que são retirados do meio ambiente e de transformações no espaço, e o turismo não foge à regra por transformar o meio em mercadoria comercializável.

2.2 - Impactos econômicos do turismo

Segundo Moretti e Rodrigues (2001), o turismo é uma das atividades que atrai maior volume de investimentos de capitais, principalmente, quanto ao reordenamento territorial, visando o consumo do ambiente natural. A riqueza que o turismo gera não se limita aos setores econômicos em contato direto com a demanda turística, mas afeta a maioria dos setores componentes do sistema econômico em três formas de projeção: via produção, via renda e via investimento (SILVA, 2004).

A OMT destaca que o turismo ocupa a quarta posição no ranking de exportação mundial, perdendo apenas para produtos químicos, produtos automotivos e combustíveis e é a segunda maior geradora de riqueza, perdendo apenas para a indústria do petróleo e derivados (BARROS, 2005). São inegáveis os resultados financeiros

decorrentes do turismo, justificando a inclusão da atividade na programação política econômica de órgãos governamentais e não governamentais em diversos países, aliando-se a uma problemática bem peculiar dos tempos da pós-modernidade (NÓBREGA, 2005). O turismo como atividade monopolista manifesta-se em países pobres e emergentes não somente na inversão direta de capitais, mas também por benefícios outorgados pelo Estado a grandes empresas, as quais, sem investir em infraestrutura básica, obtêm grandes facilidades para a viabilização dos seus equipamentos (A. RODRIGUES, 2003).

Segundo Moretti e Rodrigues (2001), a valorização do turismo é fruto do crescimento da atividade no âmbito geral da economia mundial, mas também resultado de aspectos locais. Além disso, o turismo introduz novos objetos no espaço e os objetos preexistentes em dado espaço podem ser absorvidos e atender uma nova demanda de uso (CRUZ, 2001)

Por outro lado, o setor terciário é o que mais tem gerado empregos no campo nesses últimos anos (CORSI, 2004), com o turismo tendo grande contribuição para esta geração de empregos. “Embora seja uma atividade pertencente ao setor terciário, o turismo apresenta uma correlação muito estreita e uma inegável interação com os demais setores da economia de um país” (LAGE & MILONE, p 85), comercializando aspectos econômicos, culturais, políticos, sociais, etc.

Cruz (2001) alerta que nos pólos emissores de turistas sofrem alterações, com a implantação de infra-estruturas e mudanças das já preexistentes, causando modificações no ritmo cotidiano dos locais, da geração de empregos, criando um novo arranjo sócio-espacial requeridos pela prática do turismo. Nestes locais de emissão de turistas há a multiplicação de agências e operadoras de viagens, gerando empregos.

Nos pólos receptores temos o aumento da prestação de serviços, implantação de infra-estruturas de acessibilidade (portos, aeroportos e rodovias), de hospedagem, restaurantes, bares, lanchonetes e lazer. Segundo Diniz (s/d), a elevada elasticidade da demanda de serviços, as novas exigências e expectativas do público consumidor levam à diversificação da cesta de consumo e o conseqüente aumento da demanda de serviços pessoais e de consumo (educação, saúde, transporte e acomodação, restaurantes, recreação, lazer, comércio etc.) e serviços públicos ou governamentais (segurança, educação, saúde, controle), entre outros, amplia a importância destes serviços. Embora muito heterogêneo, o setor serviços aumenta a exigência de trabalho qualificado no seu segmento moderno, transformando-se no “locus”, por excelência, da economia e da

sociedade do conhecimento (DINIZ, s/d). Já o setor informal pode ser estimulado pela existência de uma demanda nos pólos receptores de turistas (CRUZ, 2001).

Entre os impactos positivos da atividade sobre a economia de um país, podemos citar: o aumento da renda do lugar visitado via entrada de divisas, embora parte das divisas não fiquem no país, sendo gastas em importações para apoio ao turismo, sendo a razão entre as divisas gastas para importação e as exportações de razão de reflexão do turismo, e quanto mais alta esta razão menor a eficiência da atividade como fonte de obtenção de divisas; o estímulo de investimentos e geração de empregos; redistribuição de riquezas, com a renda saindo do lugar de origem e entrando no lugar destino. Segundo Silva (2004, p 277):

Já o efeito do turismo relacionado à geração de rendas fiscais, depende das características de cada país: do tipo de carga tributária que se impõe; da pressão dos impostos diretos e indiretos que gravam os atos econômicos ou seus processos produtivos ou de consumo; de que os ramos que intervenham diretamente na atividade turística tenham maior ou menor repercussão fiscal; de que exista um tratamento especial do turismo como atividade exportadora; e do grau de evasão fiscal existente.

Entre os impactos econômicos do turismo, Lage e Milone (1996, p 91-92) os classificam em:

- I) impactos diretos: o total da renda criada nos setores turísticos como resultante direta da variação dos gastos com esses produtos;
- II) impactos indiretos: o total de renda criada pelos gastos dos setores do turismo em bens e serviços produzidos e ofertados na economia;
- III) impactos induzidos: à medida que os níveis de renda aumentam em toda a economia, como resultado dos impactos diretos e indiretos das variações dos gastos turísticos, parte dessa renda adicional será gasta em bens e serviços produzidos internamente e representa o chamado impacto induzido.

Segundo Mendes e Pereira (2004, p 289), entre os indicadores da urbanização turística, a mão-de-obra possui um papel importante, pois é ela quem dinamiza o setor e constrói as paisagens atrativas ou repugnantes dos lugares turísticos. Silva (2004, p 276), com relação às ofertas de emprego, afirma:

É fato, no entanto, que a maioria das ofertas de emprego dizem respeito a funções que não exigem mão-de-obra qualificada, correspondendo aos cargos que ocupam recursos humanos abundantes e baratos na maioria dos países em desenvolvimento. As funções mais qualificadas são ocupadas por elementos estrangeiros. Por esta razão, ocorre o esvaziamento de mão-de-obra nos setores primários da economia, ocasionado pelos “atrativos” dos empregos nas atividades turísticas.

Com relação aos níveis de emprego, Mamberti e Braga (2004) descrevem a atividade da seguinte maneira:

Em relação à geração de empregos, o turismo cria um número elevado de postos de trabalho quando comparado a outros setores econômicos. No entanto, grande parte deles caracteriza-se como empregos subalternos que

não oferecem muitas perspectivas de ascensão pessoal, funcional e profissional, oferecendo baixo nível de remuneração (DROULERS e MILANI, 2002). Mas o turismo também precisa de mão-de-obra especializada para garantir a qualidade dos seus serviços e, caso a localidade turística não possua pessoal com a qualificação necessária, essas vagas são preenchidas por um mercado de trabalho externo. Uma localidade que pretende incentivar o desenvolvimento do turismo deve investir em qualificação profissional para a população local.

Os estudos mostram, portanto, que o turismo cria um número elevado de postos de trabalho quando comparado a outros setores econômicos, o que faz com que a localidade que pretende incentivar o desenvolvimento do turismo deva investir em qualificação profissional para a população local. A criação de postos de trabalho pelo turismo pode ocorrer de forma direta - pelo aumento de locais de alojamento, abertura de novos restaurantes, incremento dos meios de transporte; e indireta - pela necessidade de expandir setores que prestam serviços aos setores produtivos dirigidos ao turismo. Segundo Silva (2004, p 302-303):

Também por influência da realização ou aumento do gasto turístico, se criará emprego em diversos setores direta ou indiretamente beneficiados pela atividade do turismo. Smaoui, mencionado por Goded Salto (1998), considera que o investimento turístico gera três categorias de emprego: **emprego direto** em empresas que vendem bens e serviços aos turistas – hotéis, restaurantes, empresas de transporte ou o comércio em geral; **emprego indireto** em atividades que fornecem bens e serviços às empresas turísticas – agricultura, artesanato, certas indústrias leves de âmbito local; e **emprego “induzido”** gerado no setor da construção e em determinadas indústrias de bens de capital.

Ainda segundo Silva (2004), os baixos investimentos em qualificação de recursos humanos e em inovações tecnológicas resultam em ineficiência no suprimento de capital humano e social e na falta de conhecimentos e habilidades que possibilitem a capacidade de absorção ou adequação de novas tecnologias, o que irá influir na condição de competitividade. Segundo Silva (2004, p 208-209), ao interpretar a obra de Almeida (2002), afirma que:

...o emprego no mercado do turismo possui uma predominância da oferta caracterizada por um expressivo número de pequenas empresas - em seus diversos segmentos: meios de hospedagem, agenciamento, restaurantes, locadoras, guias, transportadoras, comércio de artesanato, etc., é marcado ainda por certos agravantes: um grande número das ocupações são exercidas numa condição de informalidade; e embora seja considerada como uma atividade trabalho intensiva, o turismo defronta-se com os problemas decorrentes da sazonalidade, que acarreta forte oscilação na quantidade de pessoas efetivamente ocupadas, em caráter fixo e regular. Nesse contexto, o propalado potencial de geração de empregos desta atividade econômica deve ser mais qualificado na literatura sobre o tema.

Rodrigues Junior (2004), alerta que a administração da produção turística deve exigir um nível de profissionalização elevado para poder gerir as oscilações da

demanda, sendo importante se ter o conhecimento das operações de produção e do nível de sazonalidade para criar uma estratégia que permita a sobrevivência da atividade turística como geradora de emprego e renda. Segundo Voisin (2004), assim como as formas do turismo se multiplicam, proporcionalmente às repercussões econômicas da atividade, a atividade necessita cada vez mais de profissionais especializados em domínios diversos. Lorenzo e Zamora (2005) citam o exemplo do turismo no meio rural, que se torna um fator determinante para o desenvolvimento de zonas mais desfavorecidas, criando uma oportunidade de diversificação das economias baseadas em um setor primário tradicional não capitalizado, de escassa rentabilidade e produtividade e com pouca fonte potencial de riqueza e emprego. Segundo Castro (2005, p 118):

Aos empregos diretos e indiretos que pode proporcionar, deve-se agregar outros tipos de vantagens. Dentre elas, a sensibilização da comunidade local para a atividade turística como encontro sócio-econômico-cultural relevante, a possibilidade de preservação e interpretação do patrimônio natural, cultural e arquitetônico – para turistas e residentes –, a cidadania e seu exercício inclusivo, etc.

Apesar disso, Cruz (2001) cita o caso de Cancún para mostrar que pessoas hoje empregadas em atividades relacionadas turismo abandonaram seu trabalho na zona rural, havendo neste caso, uma realocação da mão-de-obra, com impacto negativo sobre a agricultura ao redor do complexo turístico. Os empregos turísticos provocam o esvaziamento de outros setores, provocando a inflação de custos por escassez de produto e aumento de demanda. Balastreri Rodrigues (1997) afirma que o setor turístico tem grande potencial em absorver os contingentes de desempregados, mas a maioria no mercado informal. Este autor sugere então algumas estratégias em nível municipal para oferecer oportunidades de ocupação no setor:

1. Criação de sistema de informações para micro-investidores;
2. Incentivo à formação de viveiros de microempresas, contando com a parceria das universidades, nos seus programas de extensão, através da pesquisa-ação;
3. Apoio técnico para a abertura de microempresas e cooperativas;
4. Apoio a projetos de criação de novas escolas de formação profissional, notadamente técnicas, de nível médio;
5. Apoio à economia informal em parceria com a Associação comercial e Associação dos Sindicatos de Economia Informal e outras entidades representativa do comércio ambulante.

(BALASTRERI RODRIGUES, 1997, p 63)

A seletividade na oferta de trabalho é outro problema na atividade turística. A maioria das funções requer mão-de-obra jovem e em algumas áreas, como a hotelaria, a maior oferta de vagas é para mulheres. Segundo Silva (2004), outro aspecto a considerar, diz respeito aos efeitos da sazonalidade de uma grande parte desses

empregos, que não são mantidos fora da alta estação, com a conseqüente dificuldade em reconverter os trabalhadores envolvidos às suas ocupações anteriores ou aos seus setores de origem, que ocupavam na baixa estação, ou quando da ausência da atividade do turismo na região.

Soma-se a isso a necessidades das pessoas em viajar e, para isso se torna necessário produzir o local como bem econômico para os consumidores deste serviço. Mas a procura é afetada pelo perfil da população (uma população mais jovem procurará locais distintos de uma população mais idosa), e pela distribuição da renda (o turismo é desfrutado apenas depois de satisfeitas as necessidades de consumo de bens e serviços de primeira necessidade).

Segundo Tiradentes (2006), o turismo e suas variações, representam um fenômeno econômico, político, social e cultural de grande expressão no mundo atual, visto por alguns como uma alternativa adicional de geração de ocupações e de rendas em áreas decadentes ou estagnadas, tendo por característica marcante o fato de ser um turismo local, de território restrito. Segundo Lage e Milone (1996, p 84):

No caso específico do turismo, a parte da renda dos indivíduos que é gasta em produtos turísticos representa uma parcela dos gastos totais de consumo da economia. E, a que as empresas gastam como investimento para a produção de novos produtos demonstra uma entrada de recursos.

Segundo Barbosa (2005), o turismo não possui apenas um grande significado econômico em muitos casos, sendo fonte de renda e de divisas, mas também exerce impactos relevantes sobre a cultura e o espaço (natural e social) da área receptora dos turistas. Apesar disso, e apesar do turismo se apresentar como uma alternativa para áreas economicamente deprimidas, não devemos considerar a atividade como a solução para os problemas econômicos de determinada localidade. Cunha (2001) coloca quatro fatores que desequilibram a atividade: a sazonalidade, a imobilidade da oferta, a concentração dos recursos e a sobrecarga turística, com a sazonalidade sendo a mais impactante e que é definida pelo clima, composição social, hábitos, férias escolares e a situação econômica. Segundo Silva (2004), as atividades econômicas dependem da exportação para outras áreas, ou seja, da procura externa pelo produto, com o turismo se enquadrando neste caso pela procura de turistas de outras regiões para o local turístico.

Podemos utilizar o modelo de Haddad (1999) para entender as vantagens trazidas pela atividade para a região onde se instala:

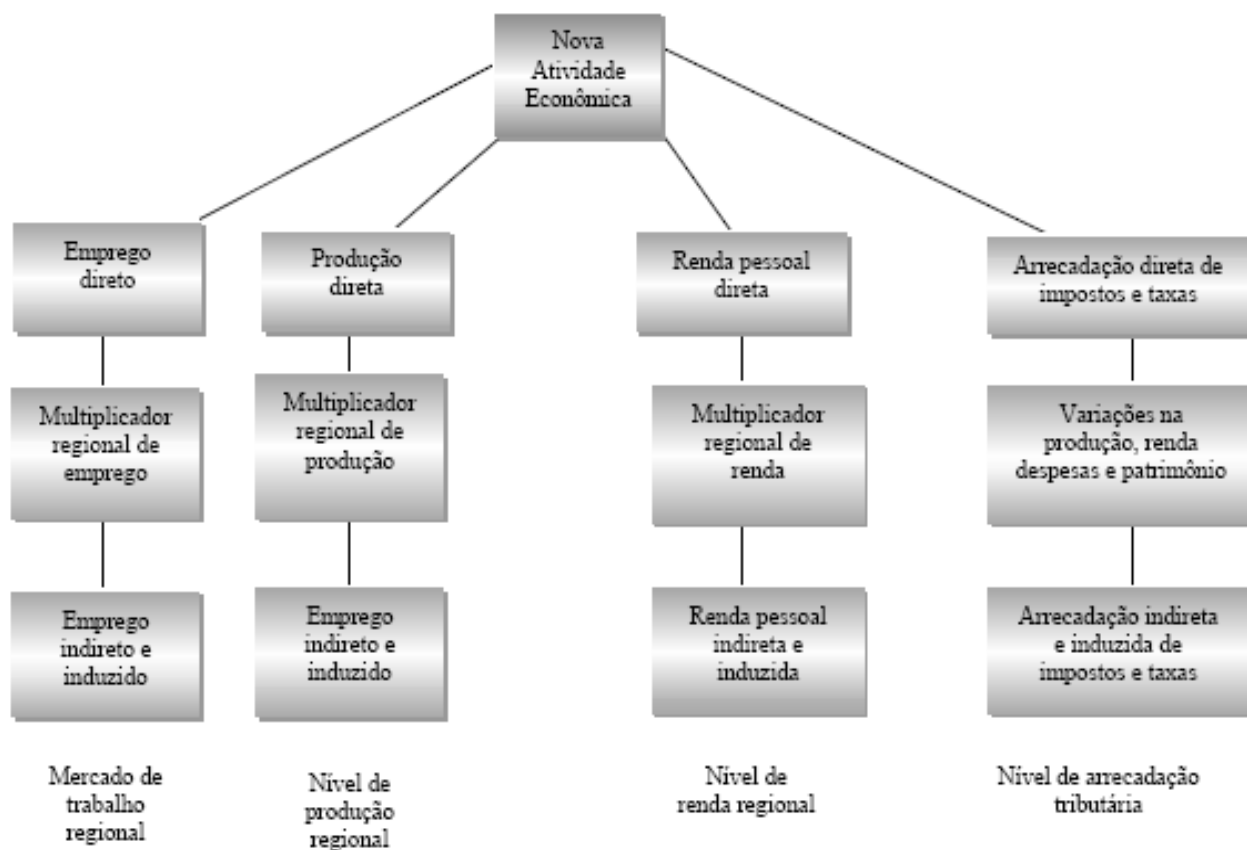


Figura 4 - Impactos Hipotéticos de uma Nova Atividade Econômica sobre o Desenvolvimento da Região em que se Localiza (Fonte: Haddad, 1999, p. 13)

Para este autor, desta seqüência de impactos derivam-se os multiplicadores regionais. Mas devemos pensar que o turismo é mais uma atividade econômica que pode contribuir para o desenvolvimento local, mas que deve estar aliada a outras atividades para evitar que a localidade entre em crise no período de baixa temporada. Os excedentes monetários gerados no setor turístico podem ser canalizados para outros, promovendo uma diversificação da base produtiva local (BENEVIDES, 1997), o que poderia diminuir os riscos de crises locais quando houver uma queda na demanda turística. Essa diversificação pode ser vista no circuito das malhas, onde a produção está associada ao turismo, ou no circuito das frutas, onde eventos atraem turistas para promover a fruticultura local.

Segundo Andrade (1987), algumas regiões podem ter no turismo um importante vetor de crescimento econômico, pois, mesmo não se constituindo uma atividade motriz, é uma atividade estimuladora de dinamismo econômico, possuindo um relevante caráter de transversalidade e complementaridade com diversas atividades econômicas dos setores primário, secundário e terciário, o que lhe proporciona a condição de

fomentar o adensamento das cadeias produtivas que integram a estrutura produtiva das economias de tais regiões. Esta característica é de grande importância para APLs industriais, por constituir um apêndice importante para a venda da produção, tema a ser tratado adiante.

Segundo Silva (2004), usando Polèse para explicar sua afirmação, o poder de retenção do fluxo monetário irá depender da estrutura econômica da região, ou seja, do grau de diversificação da sua estrutura produtiva, do nível de integração econômica interna da região, isto é da intensidade das transações que ocorrem entre seus agentes econômicos e da distância entre a região e outras regiões que possuam estruturas econômicas também diversificadas. Neste contexto, quanto mais diversificada e integrada for a economia de uma região, maior será o multiplicador. Essa retenção que irá gerar o emprego e a renda, mas se o dinheiro for usado reempregado fora da região, não irá gerar desenvolvimento. A região é, portanto um espaço aberto, cujo nível de atividade econômica depende diretamente, no curto prazo, da procura externa dos seus produtos e serviços e dos efeitos multiplicadores decorrentes e à longo prazo irá depender, indiretamente, da sua capacidade de estar sempre renovando a oferta de fatores de produção - capital físico, capital humano, estoque de conhecimentos / *know how*; o que refletirá na produtividade da população ativa dessa região, pois são esses fatores dinâmicos, intangíveis, que atuam como determinantes da capacidade futura de exportação da região em relação a outras regiões. (SILVA, 2004).

Segundo Silva (2004, p 57):

O modelo da base econômica centra-se, portanto, em dois elementos fundamentais: o dinheiro que entra na região graças às atividades básicas de exportação; e os efeitos de propagação, devido ao impacto multiplicador, desse dinheiro na região.

Desses dois aspectos centrais da análise, decorre que o modelo propicia e requer o conhecimento e o dimensionamento das relações intersetoriais, tendo em vista avaliar o impacto que o dinheiro “novo” causa na região.

Segundo May (1995, p 236), “os efeitos perversos do desenvolvimento econômico freqüentemente são difíceis de identificar devido à multiplicidade de fontes, trajetórias obscuras e interações ambíguas”. No caso do turismo, entre os impactos negativos na economia temos a pressão inflacionária, devido ao poder aquisitivo maior dos turistas que fazem com que os preços aumentem. Segundo Lage e Milone (1996) essa pressão é prejudicial às populações locais porque a alta nos preços atinge também os bens e serviços essenciais como alimentação, habitação, saúde, transportes, etc.

A atividade turística, por ser vulnerável às flutuações sazonais da demanda, pode provocar graves problemas se a localidade tiver grande dependência da atividade, sendo aconselhável que o turismo não seja a única atividade econômica, pois a queda na demanda pode provocar desemprego. O capital natural é um fator insubstituível para o crescimento econômico, e os custos sociais e ambientais podem provocar a devastação dos recursos naturais e culturais, principalmente com a falta de planejamento. A prioridade de investimentos no setor também representa um risco para a economia de determinado país, provocando descuidos em áreas fundamentais para o país, como educação, saúde e demais atividades econômicas.

Segundo Goded Salto (1998), grande parte das deseconomias derivadas do turismo se manifestam justamente na perspectiva do desenvolvimento regional. Na maioria das vezes, a expansão da atividade turística consiste no surgimento de verdadeiros enclaves, sem nenhuma conexão com a economia local, o que implica no caráter escasso dos encadeamentos intersetoriais e na sua insuficiência para gerar os efeitos multiplicadores do gasto turístico.

(SILVA, 2004, p 347)

Além desses impactos negativos citados, Barros (2005) descreve que há aumento na criminalidade, do tráfico de drogas e da prostituição, a imigração desordenada, evasão da população local, rejeição do turista pela população local e problemas de infraestrutura básica. Muitos desses problemas já podem ser observados com muita clareza, como a falta de água em cidades litorâneas de São Paulo durante o verão, devido à falta de estrutura para atender a demanda maior por causa dos turistas. Silva (2004) mostra que a chegada de novos habitantes a uma região, vai modificar a estrutura da procura, notando-se o impacto, sobretudo na construção residencial e na infra-estrutura (que também compõe a oferta para o turismo): escolas, hospitais, bares, restaurantes, locais para entretenimento, esgotamento sanitário, iluminação pública, segurança pública, vias de acesso, etc. Para este autor, é muito provável que a procura de produtos e serviços locais aumente em relação à procura de produtos importados, no caso de ocorrer a migração de pessoas que passem a fixar seu domicílio nessa localidade. Ocorre, no entanto, que a chegada de turistas e com isto significa uma migração de residentes temporários, que pode provocar o crescimento da procura local, inclusive de produtos e serviços de fora da região, ou até do país, a depender do padrão de consumo desses novos consumidores, seu nível de renda, bem como, do grau de diversificação da estrutura produtiva da economia local. Segundo Silva (2004, p 60):

Uma transferência de população, no sentido imigratório, inclusive de turistas (residentes temporários), provoca uma transferência espacial dos fatores intangíveis ou dinâmicos de produção, considerando que: os **fatores intangíveis** fazem parte das pessoas (técnicas, espírito de empresa,

conhecimentos, etc.); as **características da população** influenciam o ritmo de difusão e adoção de novas idéias e novas técnicas de produção (idade, procedência, escolaridade, etc.); e alguns fatores que estão na base dos **ganhos de produtividade** associam-se a populações maiores (economias de escala, economias de aglomeração).

Mas essa perspectiva do turismo como atividade rentável criou mercados turísticos, definidos por Lage e Milone (1996, p 66) como:

...uma rede de informações que permite aos agentes econômicos – consumidores, no caso os turistas e produtores, no caso as empresas de turismo – tomarem decisões para resolverem os problemas fundamentais do setor.

A existência desse mercado turístico depende de diversos fatores, como os atrativos, infra-estrutura, planejamento adequado, preço, liberdade, heterogeneidade, etc, como qualquer mercado do sistema econômico. Segundo Lage e Milone (1996), os mercados turísticos apresentam características de mercado de competição imperfeita, caracterizada por muitas firmas e compradores agindo independentemente, os produtos oferecidos pelas firmas competidoras são diferenciados e as firmas podem sair e entrar livremente do mercado. A existência de muitas empresas neste tipo de mercado pode levar à pequena rentabilidade e extinção, além da baixa produtividade, por subutilizar os recursos empregados, obrigando os consumidores a pagarem preços elevados. Apesar disso, Lage e Milone (1996) afirmam existir uma concentração ao lado deste tipo de competição, formado um mercado oligopolístico, caracterizado por poucas firmas grandes dominando o mercado, sendo o transporte aéreo o maior exemplo.

Segundo Pereira e Gonçalves (2004), o mercado turístico se apresenta como um dos mais competitivos e, paralelamente à competição das diferentes tipologias de turismo, é também produzida uma competitividade das localidades turísticas. Os lugares passam a competir como se fossem empresas, buscando cada dia melhorar seus atrativos investindo em infra-estrutura e atrativos para atrair os turistas se tornarem mais competitivos no mercado. Esse dinamismo do mercado faz com que esteja “sujeito a uma série de fatores que o afetam e o fazem com que constantemente necessite de adaptações diante das modificações ocorridas” (LAGE & MILONE, 1996, p 78). Para compreender a estruturação do turismo em determinadas áreas, Furtado (2006, p 2) faz a seguinte análise:

Entende-se que, para se compreender qualquer atividade capitalista, torna-se necessária a produção de um espaço em conformidade com ela. No caso do turismo, especificamente, essas mudanças se tornam mais presentes, tendo em vista a necessidade da produção de uma paisagem que seja agradável aos olhos daqueles potenciais consumidores, em um apelo constante à estética.

Para a compreensão deste setor, torna-se então necessário o estudo de todas as interações entre o poder público na elaboração de políticas voltadas para o setor e para a criação de infra-estrutura e a iniciativa privada. Os locais não apenas utilizam de suas presentes vantagens comparativas, como criam novas, para atrair atividades promissoras de emprego e riqueza e com o intuito de permanecerem atrativos, os lugares utilizam-se dos recursos materiais ali existentes (como as estrutura e equipamentos), e também dos imateriais (como os serviços), sendo que cada lugar busca realçar suas virtudes por meio de símbolos herdados ou recentemente elaborados. Carlos (1996), alerta que a indústria do turismo pode transformar o que toca em artificial, fictício, ilusório e mistificado de lazer.

Característico de uma sociedade de consumo, o turismo como um setor da atividade econômica produz um produto composto por bens e serviços, tangíveis e intangíveis. Assim, o produto turístico inclui recursos e atrativos naturais e artificiais, equipamentos e infra-estruturas, serviços, atitudes recreativas, imagens e valores simbólicos, constituindo-se num conjunto de determinados benefícios capazes de atrair certos grupos de consumidores em busca de uma satisfação das suas motivações e expectativas (DROULERS e MILANI, 2002) Segundo Tiradentes (2006, p 2):

Ao valorizar esse meio urbano, o turismo o torna um elemento de valor significativo, que passa a servir às necessidades humanas. Desse modo, os recursos urbanos são incorporados de vez ao mercado de consumo, tornando-se um fenômeno da sociedade humana experimentando na atualidade uma crescente demanda.

Segundo Lage e Milone (1996), é importante lembrar que os bens e serviços apresentam a característica de que à medida que vão sendo consumidos, em um determinado período de tempo, vão proporcionando unidades de satisfação cada vez menores do que as iniciais, peculiaridade denominada de utilidade marginal decrescente. Essa utilidade, cada vez menor ao passar do tempo, faz com que os lugares estejam sempre se reestruturando para fornecer novos e melhores serviços, de maneira se manter sempre atrativo e enfrentar a competição de outras localidades como destino para os turistas, fornecendo novidades em seus produtos turísticos. Para definir produto turístico usamos a definição de Lage e Milone (1996), que define produto turístico como “o conjunto de bens e serviços relacionados a toda e qualquer atividade de turismo”. Estes mesmos autores afirmam que o produto turístico é uma amálgama de componentes complementares entre si: transporte, alimentação, acomodação e entretenimento, e seguindo esta linha, afirmam que as facilidades são os elementos do

produto turísticos que não geram normalmente os fluxos do turismo, mas a ausência das mesmas pode impedir os turistas de procurarem as atrações.

Além dos efeitos positivos que causam nas cidades, esta atividade tem gerado impactos no meio rural, introduzindo novas formas organizacionais no campo. Estas atividades no meio rural, integradas às atividades convencionais agrícolas, podem proporcionar lazer, preservar cultura, hábitos, costumes rurais e contato com a natureza. Em convênios com escolas, possibilita o aprendizado *in loco* sobre o meio ambiente, equitação, arquitetura agrária, e valorizam o meio ambiente em suas qualidades naturais (JACINTHO, ORTIGOSA, CASTELLAR, 2003).

Para o desenvolvimento da atividade e formação do produto turístico, existem quatro grupos vitais, o turista, as empresas turísticas, o governo e a comunidade anfitriã (LAGE & MILONE, 1996). Para este presente trabalho trataremos o governo como parte integrante do Estado, que possui uma função ainda maior, a de ser uma das formas institucionais de regulação da economia, e as empresas turísticas como iniciativa privada, que formam a concorrência, outra forma institucional importante em estudos econômicos. Estes grupos compõem os mercados turísticos, onde se encontram os consumidores, turistas e empresas produtoras de bens e serviços do turismo (LAGE & MILONE, 1996), sendo estes mercados objetos principais do estudo dos aspectos microeconômicos do turismo.

Segundo Diniz (s/d) a globalização tem modificado as formas de organização, ampliado as fontes de recursos, o mercado e as tecnologias para além das fronteiras nacionais ou continentais, a desincorporação e despersonalização da tecnologia, com o aumento da difusão e integração de soluções plurais e flexíveis, mudanças nas relações entre oferta e demanda, entre produção e consumo, com ampliação e diversificação da cesta de bens e serviços. Para este autor, amplia-se a interdependência, mas alteram-se as formas de contratação, competição, cooperação e dependência, bem como as relações entre Estados Nacionais, entre Estado e as empresas privadas, em um processo simultâneo de homogeneização e diferenciação, importantes para o entendimento do funcionamento de qualquer atividade econômica.

Segundo Dall'Acqua (2003), a ação do governo e do setor privado no setor turístico ocorre de várias maneiras, dependendo dos planos e das estratégias dos atores envolvidos, como: definição de um consenso do posicionamento estratégico; definição dos segmentos de visitantes prioritários; desenvolvimento de uma estratégia de *marketing* que cria uma imagem forte e coerente do destino; desenvolvimento de

estratégia de capacitação da mão-de-obra para atender as necessidades dos turistas; trabalho para facilitar a captação de financiamentos e atração dos investidores; trabalho para o transporte do turista (no caso do estudo dessa autora, os vôos diretos); desenvolvimento de estratégias para aumentar a atração de turistas. Para Castro (2005, p 119):

Deve-se criar e/ou fortalecer o encontro da indústria do turismo – seu *trade* -, o poder público, a comunidade receptiva e as demais organizações civis interessadas, com o intuito de propor fóruns de discussão que auxiliem a utilização – com base sustentável – e preservação do patrimônio a ser visitado.

2.2.1 - Turista

São pessoas “que buscam vários tipos de experiências de satisfação psíquicas e físicas, tentando maximizar a utilidade (satisfação) de suas viagens” (LAGE & MILONE, 1996, p 31). Há uma concordância entre diversos atores que a natureza dos turistas determina os destinos escolhidos e os tipos de transporte, alojamento e atividades de lazer. O turista é o consumidor do turismo, e está sujeito às restrições orçamentárias e procura maximizar as satisfações ou utilidades derivadas do consumo de produtos turísticos (LAGE & MILONE, 1996).

Como consumidor, o turista tem como objetivo primordial a obtenção da máxima satisfação de seus gastos, através da escolha da melhor combinação possível dos produtos turísticos, escolhendo sempre aquelas combinações que lhe causam maior satisfação e de acordo com as suas restrições orçamentárias. E como consumidor, ele se torna o centro das decisões, pois o acesso aos meios de comunicação o faz comparar produtos e serviços (DALL’ACQUA, 2003).

Segundo Lage e Milone (1996, p 41), os principais fatores que influenciam a demanda dos turistas são:

1 – Preços dos produtos turísticos – quanto maior o preço, menor a quantidade demandada;

2 – Preços de outros bens e serviços – se o preço do produto turístico for relativamente menor do que os de outros bens e serviços concorrentes, o consumidor racional demandará mais o de menor preço.

3 – Nível de renda – quanto mais alto o poder aquisitivo, maior a demanda por produtos turísticos;

4 – Gostos dos turistas - uma mudança nos gostos dos consumidores afeta a procura.

Neste contexto, se torna importante o perfil do turista. No Brasil, segundo a Subsecretaria de Comunicação Institucional da Secretaria Geral da Presidência da República (2006), o perfil do turista estrangeiro que visita o Brasil mudou. Além do lazer, há mais pessoas que vem ao país por motivo de negócios e participação em eventos. São pessoas que, em média, gastam mais e depois voltam com a família para conhecer outros destinos brasileiros. O turismo interno, por sua vez, ocorre através do turismo rural, da procura por estâncias com recursos de interesse do turista e pelo turismo de negócios, com algumas cidades, como Aparecida, movimentado pelo turismo religioso. Segundo o Ministério do Planejamento e o IBGE (2007), existe um padrão de viagens comum em todas as Unidades da Federação, qual seja: os brasileiros deslocam-se prioritariamente por via terrestre, devido à inacessibilidade de parte da população ao transporte aeroviário.

Se compararmos o perfil turístico do Brasil dos anos oitenta com a situação de hoje podemos ver que houve grandes mudanças. O desenvolvimento do turismo de natureza e aventura (principalmente com base no fluxo nacional) e a maior acessibilidade dos destinos nordestinos através de vôos charters significaram a oferta de um número maior de destinos, competindo para atrair um mercado maior de turistas. Segundo Rodrigues Junior (2004), o turismo tem sido apresentado como alternativa de produção em determinadas regiões do país, e neste cenário, é necessário observar como cada localidade está situada para enfrentar o mundo globalizado e altamente competitivo. Este autor complementa que o turismo pode ter um papel fundamental no desenvolvimento do país, uma vez que tem registrado uma procura por turistas estrangeiros e crescimento do turismo interno, tendo em vista a dimensão territorial e a diversidade sócio-cultural existente.

2.2.2 - Funções do Estado

O Estado, enquanto instituição humana, é muito antigo. Data de cerca de 10 mil anos, período em que surgiram as primeiras sociedades rurais na Mesopotâmia, com certa organização em torno de uma representação de poder. Há uma falta de consenso entre os historiadores referente ao surgimento dos Estados Modernos. Contudo, segundo Dudek (2008), podemos afirmar que estes Estados se revelaram mais influentes nas decisões a cerca de um “Novo Mundo” que se anunciava apenas no advento das novas relações comerciais a partir da conquista das Américas e do estabelecimento do mercantilismo. Segundo Chartier (1988, p 215), os monopólios “fiscais e militares”

definem as linhagens do Estado Moderno, juntamente com a consciência da própria história e as condições para que ela seja escrita.

Podemos definir Estado como uma instituição criada pela sociedade para o bem comum, com a responsabilidade de manter a lei e a ordem pública, com uso da força se necessário, uma vez que o Estado é o único detentor legal do aparato repressivo. O Estado é organizado para implementar decisões políticas e manter o controle, a direção administrativa e o funcionamento de uma organização humana, e é o principal responsável pela unidade política e territorial de uma nação, com diversos papéis ao longo dos tempos e, segundo Pires (1989), é a condensação de uma relação de forças sociais.

As diversas doutrinas (clássica, marxista, keynesiana, estruturalista e monetarista liberal) atribuem determinados papéis ao Estado dentro de suas perspectivas analíticas. Segundo Villarreal (1984), o Estado é determinante na atividade econômica e a intervenção estatal recuperou economias de crise em vários períodos. Este autor afirma que o Estado executa, enquanto agente econômico, as funções de planejador, promotor, regulador, empresário, investidor, banqueiro e benfeitor, além de criar normas para o funcionamento da economia. Por isso, fazemos uma breve revisão do papel do Estado nas diversas doutrinas, para que possamos refletir sobre o papel do Estado na economia nos dias de hoje e sua contribuição para a expansão da atividade turística.

Na interpretação Leninista, o Estado é um órgão de dominação das classes dominantes, e que embora o Estado tente conciliar o conflito de classes, esse conflito é inconciliável (PIRES, 1989). O Estado, para Lênin, é a força armada da burguesia e um aparelho especificamente capitalista. Para Marx, o Estado é o aparato do serviço da classe dominante – que é a virada radical da concepção ética segundo a qual a força do Estado é antes de tudo uma força moral e espiritual.” (BOBBIO, 1979, p.29) Este é centro da crítica a doutrina marxista do Estado – a concepção instrumental de Estado.

Marx pensava o Estado como uma “força repressiva”, força esta que seria emanada pura e simplesmente da classe dominante (burguesia). Portanto, o Estado como um instrumento da classe burguesa (economicamente dominante) para atingir suas metas e interesses particulares, e para Marx, o Estado tem uma função, que é a do poder decisório, seja através da classe burguesa, ou da classe operária. Junto a uma função jurídico-política de dominação (garantia da ordem social existente e da liberdade de comércio) e a uma função ideológica de subordinação, Pires (1989, p 61) mostra que “o Estado burguês se estrutura a fim de permitir que se resolvam os conflitos somente entre

grupos dominantes que estão no bloco do poder”. Portanto, o Estado tem como papel principal mediar o conflito entre classes dominantes e classes dominadas. O Estado desempenha também, para os marxistas, uma função econômica fundamental, ao assegurar as condições exteriores gerais da produção e reprodução social e preservar as condições materiais que tornam possível a reprodução ampliada do capital (VILLARREAL, 1984).

As funções do Estado, na análise marxista, variam de acordo com as condições históricas nas quais ele está situado, especificamente a natureza de sua luta de classes, a estrutura de produção, ou as intervenções anteriores para a resolução de crises prévias das mais variadas formas (PIRES, 1989). O Estado capitalista, em qualquer momento da história, é produto de sua história anterior, incluindo suas relações com lutas anteriores na sociedade civil, moldadas pelas intervenções prévias do Estado e, segundo Pires (1989, p 70), “está profundamente marcado por contradições, justamente porque a luta de classes tem lugar no âmago do Estado”. Para este autor, estas contradições estão ligadas tanto às necessidades de acumulação monopolista e da reprodução da força de trabalho quanto às que visam, pela realização de compromissos instáveis e a organização do consentimento das classes dominadas.

Enquanto Marx define o Estado como a forma final de poder, ou seja, o Estado já é o poder em si, percebemos na análise de Max Weber (1999) que o Estado é um meio para se chegar ao poder efetivo. Na perspectiva weberiana a política é o campo onde são travadas as lutas pelo poder legítimo e o controle sobre o Estado seria um “meio” para se obter este poder. Contudo, Weber indica ainda a importância do Estado nacional fechado para manter e consolidar do capitalismo ocidental moderno, que seria este baseado na classe burguesa nacional e as instituições estatais. Portanto, Estado Moderno em Weber está intimamente ligado ao advento do capitalismo moderno também, e nisto é perceptível que a preocupação dele estava em analisar toda a estrutura que forma a burocracia estatal, e da maneira que as formas de poder no Estado, em quanto meio para tanto, ligam-se ao próprio modelo capitalista de sociedade (WANILTON, 2008).

No liberalismo, a intervenção do Estado deve se limitar à manutenção da concorrência e à ação das práticas restritivas que chamam atenção para os interesses dos consumidores e da coletividade (FAUCHER & NIOSI, 1986), regulamentando as atividades econômicas, a concorrência e defendendo os interesses da coletividade. Nas teorias clássicas, o Estado é limitado a desempenhar papel passivo como agente

econômico, e o livre mercado encarrega-se de regular o processo econômico e corrigir qualquer desajuste eventual do sistema capitalista.

Para Keynes, o capitalismo de livre mercado não garante o equilíbrio da economia, e o Estado deve intervir a fim de evitar desemprego e aumentar a produção. O elemento chave de intervenção consiste na administração da demanda efetiva por parte do Estado, através das vias fiscal ou monetária (VILLARREAL, 1984). Através da política fiscal, o Estado pode reduzir impostos e estimular o consumo ou aumentar o gasto público (não recomendado por muitos economistas por gerar endividamento da máquina pública) para reativar o processo produtivo através do multiplicador da renda, que seria gerado pela contratação de trabalhadores por parte do Estado, que assume responsabilidade no processo de formação do capital. Keynes chama isso de planejamento social, sem o qual as crises do sistema capitalista são inevitáveis.

Segundo a teoria de Prebisch, depois ampliada pela CEPAL, o Estado tem o papel planejador e promotor do desenvolvimento (VILLARREAL, 1984). O Estado deve orientar e coordenar as atuações dos diversos agentes econômicos, através de políticas comerciais, de industrialização, fiscal, monetária, etc., para promover a substituição das importações, através dos investimentos em infra-estrutura e empresas públicas.

Na doutrina monetarista, o Estado tem apenas a função de comandar a política monetária: fazer o dinheiro crescer de maneira automática (mas não indiscriminada) e uma taxa constante na economia, eliminando o Estado keynesiano, e retornar ao Estado clássico e ao liberalismo econômico. Nesta teoria, segundo Villarreal (1984), a ação do Estado é maléfica por causar inflação (diante a expansão monetária) e ao limitar as possibilidades de progresso tecnológico (quando impede que operem as leis de mercado, elimina os estímulos à produção e inovação). Cabe ao Estado a defesa da nação e a proteção dos cidadãos, além de garantir que as leis do mercado operem livremente.

Feita esta breve revisão sobre as teorias do Estado nas diferentes doutrinas, nosso alvo é o Estado e seu papel nos dias de hoje. Cada uma destas doutrinas contribui para a evolução e constituição do Estado contemporâneo, e a idéia defendida neste trabalho é a de que o Estado deve atuar como planejador e promotor do desenvolvimento, através da criação de normas, regras e infra-estrutura. Mas também defendemos que o Estado deve atuar em conjunto com os atores envolvidos e a população, para que todos sejam atingidos pelo desenvolvimento, e também que possam

contribuir para esse processo, pois são aqueles que têm conhecimento sobre as necessidades locais. O Estado deve ser o principal pilar do processo de desenvolvimento, coordenando os atores e consolidando a governança local, direcionando os investimentos para a ampliação da infra-estrutura, da inovação e para atender as necessidades básicas da população para gerar o desenvolvimento desejado.

Segundo Bresser Pereira (1982), o Estado contemporâneo tornou-se um agente com importância crescente na produção direta de bens e serviços, fazendo parte da infra-estrutura econômica. Para este autor o Estado é produtor (através de produção de bens e serviços através de empresas estatais), repartidor (de um lado tributa, e de outro, produz não mercadorias e subsidia), transformando-se em agente reprocessador do excedente que se substitui ao mercado) e coordenador (atua com orientações básicas ao mercado através da política econômica, e interfere na determinação de preços, salários, taxa de cambio, etc.) O Estado passa, então, a interferir diretamente em todas as esferas econômicas: produção, repartição, utilização e circulação dos bens. Estado e mercado estão imbricados na coordenação da economia e deve se pensar o Estado como parte integrante do sistema econômico para possa entender como o Estado intervêm na economia. Pires (1989) complementa que o Estado no capitalismo é concebido como constitutivo e garante a manutenção das relações de produção, onde participa de modo decisivo, tanto na própria instituição dessas relações quanto na reprodução da força de trabalho. Ainda segundo este autor, o Estado intervêm na circulação e consumo.

Segundo Beni (1997, p79), “compete ao Estado moderno à execução de funções básicas para garantir a permanência no tempo da unidade nacional e a satisfação das necessidades e anseios da população”. Segundo Gonçalves (2003), cabe ao Estado institucionalizar as regras do jogo, permitindo a entrada de investimentos de capitais estrangeiros; criar a infra-estrutura necessária ao desenvolvimento das atividades econômicas; e canalizar recursos para áreas em que a iniciativa privada não atuar, atuando como mediador ou, melhor dizendo, um criador da ponte entre o local, regional, nacional e global. North (apud SILVA, 2004) comenta que o papel do governo (parte integrante do Estado para este trabalho) deve se restringir a criar regras econômicas que garantam a estabilidade, e incentivar a competição para tornar a iniciativa privada mais eficiente. Com relação ao papel do Estado, Silva (2006 b, p 66-67) aponta que:

A influência do poder público na esfera econômica e, por conseqüência, no desenvolvimento da atividade turística, segundo FERRAZ (1992, apud CASEMIRO FILHO, 2002, p.25), pode ocorrer por meio de participação, indução e controle. Na modalidade participação, o poder público exerce atividades econômicas diretamente ligadas à atividade e obtém ganhos a

partir da exploração de segmentos específicos, concorrendo diretamente com a iniciativa privada – o que atualmente não é comum. A indução ocorre quando o Estado passa a orientar o comportamento dos agentes de mercado, por meio da concessão de incentivos fiscais e financeiros ou pela implementação de uma infra-estrutura capaz de fomentar o desenvolvimento da atividade. A modalidade denominada controle resume-se ao papel exercido pelo poder público como agente regulador, estabelecendo leis e regras a serem seguidas por todos os envolvidos no processo de exploração da atividade turística, em especial a iniciativa privada.

Barros (2005) afirma que o Estado é responsável pela administração pública, que provê a sociedade e tem por finalidade as finalidades coletivas, podendo ser voluntários (de livre aceitação), gerais (não define os usuários), especiais (de certo grupo de usuários), secundários (assimilado pelo serviço particular) e os essenciais (defesa nacional, justiça, polícia, água, energia elétrica, etc). O Estado é compreendido como participante do processo de acumulação capitalista, e segundo Gozzi (1992, apud MORETTI e RODRIGUES, 2001, p 271) tem como funções fundamentais:

“a) criação das condições materiais genéricas da produção (infra-estrutura); b) determinação e salvaguarda do sistema geral das leis que compreendem as relações dos sujeitos jurídicos na sociedade capitalista; c) regulamentação dos conflitos entre trabalho assalariado e capital; d) segurança e expansão do capital nacional total no mercado mundial.”

O Estado tem também a função da abertura econômica e social dos locais que apresentam possibilidades da participação no sistema global, permitindo, através de seu poder de regulação, a inserção destes locais no mercado competitivo (MORETTI & RODRIGUES, 2001) e direcionar o modelo de desenvolvimento regional, além de inserir o discurso de desenvolvimento sustentável e com características globais que permitam que o local se insira no sistema competitivo internacional. Nenhuma economia pode existir fora de um conjunto de instituições (AGLIETTA, 1984, apud ACSELRAD, 1995), sendo o Estado a principal forma institucional, e que deve criar normas que interferem nas outras formas institucionais. May (1995) complementa que as regras do comportamento econômico dependem de mobilização política na elaboração de normas. Silva (2004) complementa que as transformações da economia são acompanhadas pela evolução de novas instituições políticas e sociais que dão suporte ao processo de industrialização. O Estado, portanto, é a principal instituição existente por formular as normas e regras para as atividades econômicas.

Para Porter (1993), reside no papel desempenhado pelo ambiente econômico, pelas instituições e pelas políticas nacionais, ou seja, são os atributos de uma nação que estimulam a vantagem competitiva em uma indústria. Furtado (1981) mostra que o Estado é o fator decisivo no volume de investimentos nas forças produtivas e também

do custo de reprodução da sociedade, uma vez que define a legislação social. Segundo Boyer (1990), o Estado aparece como a totalização, quase sempre contraditória, de um conjunto de compromissos institucionalizados, que quando estabelecidos criam regras e regularidades nas despesas e receitas públicas.

A instituição Estado tem papel determinante na difusão ou gênese das formas institucionais, pois esta forma institucional é detentora do controle sobre a moeda, da capacidade de promover regulamentos e regras que interferem nas formas de concorrência, e responsável direto por políticas econômicas que definem o modo de inserção ao regime internacional e intervenções que visem o equilíbrio econômico. O Estado, portanto, é a forma institucional mais importante, apresentando uma grande capacidade de definir normas, regras e convenções para regular a economia e o comportamento social dos indivíduos. As formas institucionais e os compromissos institucionalizados são interdependentes (BOYER, 1990), e possíveis desequilíbrios nessas formas podem afetar as outras.

Para Rallet (2000), as redes institucionais são importantes no favorecimento de sinergias locais entre os agentes, mas ao mesmo tempo, tem alcance limitado. A regulação da atividade, assim a de qualquer outra atividade econômica, deve ser tomada como um processo complexo e que requer o ordenamento estatal, e o Estado, como principal forma institucional, intervém na determinação do regime de acumulação por interferir nas formas institucionais moeda, concorrência, inserção na economia internacional e na relação salarial, através de suas políticas. Dall'Acqua (2003) complementa que o Estado pode ser uma força importante nos processos de inovação, e quando seu interesse muda pode reprimir esse processo.

O Estado é responsável pela modernização da economia, com políticas que visam o seu desenvolvimento, e a não intervenção racional por parte do Estado e a correção por parte da sociedade civil desestrutura a composição social, a economia territorial e possíveis contextos ecológicos (BRÜSEKE, 1995). O Estado é o centro do poder político militar, cultural e econômico (PIRES, 1989), e intervém no mercado para suprir falhas no mercado, e ao fazê-lo, se torna parte integrante do sistema econômico (BRESSER PEREIRA, 1982; PIRES, 1989). Segundo O'Connor (apud PIRES, 1989), a crescente intervenção do Estado é necessária para o desenvolvimento capitalista continuado, mas adverte que esta intervenção está carregada de contradições. Há também as responsabilidades de importância crítica, como sistema educacional, infra-

estrutura básica e pesquisa em áreas de grande interesse nacional (DALL'ACQUA, 2003).

No que se refere à atividade turística, a sua inserção no modelo de acumulação flexível do capitalismo mundial, faz com que seja necessária a constante renovação dos atrativos locais para mantê-lo competitivo em relação a outros locais. Segundo Barros (2005), o turismo é uma atividade altamente fragmentada, que necessita um papel ativo do Estado, como facilitador e promotor do desenvolvimento, que deve ter como objetivo criar e manter as condições adequadas para aquecer a competitividade das empresas e das regiões turísticas e o papel do governo pode ser considerado um dos fatores fundamentais na sua gestão. Esta autora justifica essa afirmação ao relatar que justifica-se o levantamento das funções de governo ao passo que não se pode estabelecer políticas públicas sem que estas estejam em consonância com as suas competências. De acordo com a OMT (2001, apud BARROS, 2005, p 61), o Estado tem duas funções básicas:

- executar as preferências da sociedade utilizando os instrumentos de regulação econômica, os investimentos e a arrecadação fiscal; e
- maximizar os benefícios sociais do turismo, facilitando uma maior e melhor informação, formação, gestão, aumento da produtividade do setor público e a provisão de bens públicos, que vão desde a ordem pública até a proteção do meio ambiente.

Segundo Moretti e Rodrigues (2001), os órgãos públicos devem ter como principais ações a melhoria de rodovias; melhoria da infra-estrutura urbana; propaganda junto a feiras e a outros eventos relacionados ao turismo; organização de eventos; realização de cursos de treinamento de mão-de-obra do turismo, criação de novos pontos de atração turística e regulação da atividade através da criação de leis que procuram, principalmente, definir a relação com o ambiente natural. Além disso, a atividade exige uma infra-estrutura básica, como saneamento, energia, telefonia e acesso, responsabilidades do Estado, seja como agente de implantação, seja como agente fiscalizador que crie regras para a iniciativa privada implantar tais infra-estruturas. Segundo Bresser Pereira (1982), esses investimentos por parte do Estado são as despesas de consumo social, na qual o Estado fornece serviços de interesse da população de forma gratuita, e que inclui serviços de educação e saúde, como também obras de infra-estrutura.

Apesar disso, Barros (2005) alerta que embora o turismo seja prioridade para alguns governos, estes ainda enfrentam dificuldades em relação ao desenvolvimento de políticas públicas integradas que envolvam todos os principais interessados na

atividade. O Estado é responsável pela criação e manutenção de espaços de deslocamento, como rodovias, aeroportos e portos, e a qualidade destes espaços pode inibir ou incentivar o fluxo de viajantes de modo geral. A incapacidade do Estado em gerir esses espaços de deslocamento faz com que este passe o gerenciamento desses espaços para a iniciativa privada em muitos países, com privatizações destes espaços, processo que ocorre no Brasil através das privatizações de rodovias.

Para Lage e Milone (1996), o governo assume o turismo como um fator econômico, e essa perspectiva se relacionam com as entradas de receitas que os cidadãos obtêm com essa indústria, com as divisas geradas pelo turismo internacional e com aumento da arrecadação dos impostos devido aos gastos turísticos na área. São inegáveis os resultados financeiros decorrentes do turismo, justificando a inclusão da atividade na programação política econômica de órgãos governamentais e não governamentais em diversos países, aliando-se a uma problemática bem peculiar dos tempos da pós-modernidade (NÓBREGA, 2005).

Segundo Silva (2006), o turismo é uma atividade no interior do modo de produção hegemônico capitalista, e na produção do capital o poder público tem papel importantíssimo como órgão planejador e gestor dessas atividades, regulando e orientando as iniciativas capitalistas a serem implementadas em dado território. Segundo este autor, as políticas de desenvolvimento do turismo seguem, então, a mesma lógica do capital baseada no desenvolvimentismo, presentes no discurso de desenvolvimento igualitário social através da economia globalizadora, pelo planejamento e planificação das ações em uma ética capitalista de crescimento econômico. Segundo Gonçalves (2003), a produção do espaço deve ser apreendida com base na articulação das diversas escalas espaciais, e cuja concepção baseia-se no próprio movimento de produção e reprodução do sistema capitalista.

O Estado, em sua esfera nacional, através do governo, deve se responsabilizar pela legislação em diversos aspectos. O turismo depende, além de legislações sobre a atividade, de legislações sobre férias, horas trabalhadas, feriados, da aduana, entrada de moedas estrangeiras, etc, questões que devem ser tratadas em um plano nacional. Cabe ao governo realizar estudos sobre o mercado; promover o turismo em nível nacional através da divulgação dos atrativos do país; definir política de preços; aumentar o bem estar da população em relação a aspectos sociais e econômicos para evitar destruição do patrimônio e prejuízos coma massificação do turismo; criação de mecanismos de

incentivos, facilidades, custos operacionais, e regulamentação de incentivos, treinamento de mão-de-obra; e por fim, atuar nas relações exteriores.

Segundo Furtado (1981), a sobrevivência das firmas locais depende essencialmente do apoio financeiro do Estado. Apesar de não concordarmos com esta afirmação, ela nos mostra que o Estado contribui para o financiamento da expansão das atividades econômicas, o que ocorre aqui no Brasil via BNDES, que financia projetos para as empresas, ou através de estímulos para ampliar a produção, principalmente para aqueles setores que se encontram em crise ou em que há queda de produtividade e desemprego, como no caso da redução do IPI durante grande parte do ano de 2009 para superar a crise atual.. Há também diversos programas, voltados para determinados setores, e no caso do turismo o financiamento para ampliação de serviços dedicados a atividade, como ampliação de redes hoteleira, restaurantes se torna extremamente importante, principalmente agora que o Brasil receberá grandes eventos como a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e as Olimpíadas de 2016. Neste caso, o Estado situa-se principalmente onde a rotação do capital é mais lenta e a escala na fase inicial são maiores (FURTADO, 1981).

O Estado tem como papel, em sua esfera local (prefeituras) a inclusão da população nos empreendimentos, que devem visar à melhoria da qualidade de vida local. Graças ao Estado, o investimento adquire um sentido social mais amplo (FURTADO, 1981). Pires (1989) complementa esta idéia ao afirmar que o Estado deve elevar o patamar da renda das populações carentes e redirecionar o padrão produção/consumo, de modo a assegurar melhores condições de acesso da população ao conjunto de bens e serviços essenciais.

Segundo Orlando (2004), as autoridades locais, por serem o nível de governo mais próximo da população, constroem, operam e mantêm a infra-estrutura econômica, social e ambiental, supervisionam os processos de planejamento, as políticas e regulamentações, e contribuem para a implementação de políticas nacionais. As instituições locais são responsáveis pelos serviços de apoio ao desenvolvimento local, principalmente devido a proximidade com a população e conhecimento de recursos e potencialidades. Segundo Falcón e Jara (2005), a institucionalidade local pode coordenar e promover a oferta e demanda de serviços, recursos e meios necessários ao desenvolvimento local, propiciando um desenvolvimento centrado nas demandas locais.

A população, em alguns locais, é restringida dos benefícios criados por determinadas atividades econômicas financiadas por agentes exógenos, cabendo às

prefeituras criar mecanismos para a participação da população e demais atores locais no planejamento destas atividades, pois a população tem melhor conhecimento sobre as necessidades de infra-estrutura local. Entre estes mecanismos, temos o orçamento participativo, onde a prefeitura divide seu poder de decisão com a população, permitindo a consolidação de conquistas e avanços, ao mesmo tempo em que colocam novas questões a serem enfrentadas. Este processo leva em conta o lugar, mercante e indispensável como referência e identidade para as pessoas que participam com suas opções e decisões (MELO & OLIVEIRA, 2004). Segundo Rocha e Bursztyn (2005, p 46):

Neste sentido, a participação deve estar presente em todos os níveis de tomada de decisão, desde o estágio da identificação das necessidades locais até a avaliação e ajuste do plano – resultante do planejamento participativo – bem como nas fases intermediárias, de definição dos objetivos, aplicação dos recursos e gerenciamento da execução.

O local cria sinergias a partir de noções de identidade cultural, de pertencimento, da ascensão de governos progressistas, da gestão descentralizada, do aprofundamento dos valores democráticos a partir de uma participação mais ativa dos cidadãos. Portanto, a descentralização das decisões é essencial para o desenvolvimento local para permitir a participação da população, a criação de política que mobilizem recursos e potencialidades e a integração com as demais esferas de decisão. Segundo Rocha e Bursztyn (2005, p 48):

Quanto maior a rede – ou seja, as conexões horizontais e verticais estabelecidas entre as pessoas e as instituições – e mais democrático o modo de resolução de conflitos, maiores as chances de se obter grandes resultados. De acordo com Franco (2004), a articulação de redes sociais se configura como a principal tarefa dos que se propõem a promover ou induzir o desenvolvimento local.

A multiplicação dos vínculos sociais locais – muito melhor quanto maior sua densidade – pode construir efeitos de escala territorial. Sem o estabelecimento de alianças estratégicas entre os distintos atores e organizações públicas e privadas torna-se muito difícil trabalhar a complexidade do quadro social atual.

Para este trabalho, chamamos a atenção para esta questão, pois a atividade turística exclui social e espacialmente a população (PEREIRA & GONÇALVES, 2004), e o Estado tem como tarefa a inclusão dessa população para alcançar o desenvolvimento, senão teremos apenas um crescimento econômico localizado que não trará benefícios à população. Portanto, “o turismo, tanto quanto outras atividades setoriais, está submetido às macro-políticas que organizam a sociedade, como a política econômica e social” (CRUZ, 2001, p 101). Na Alemanha, por exemplo, é a atividade mais importante do setor de serviços, pois responde por 8% do PIB, e 30 milhões de

empregos diretos e indiretos, mas não tem seu desenvolvimento vinculado a nenhum ato das esferas federal e estadual, mas é influenciada por outras políticas setoriais (saúde, saneamento, transporte, infra-estrutura, etc.), que consideram o turismo uma atividade importante e desenvolvem ações voltadas para o setor (BARROS, 2005). As políticas de turismo na Alemanha se comunicam constantemente com as demais políticas setoriais para o desenvolvimento da atividade, com a existência de uma Divisão de Política de Turismo vinculada ao Ministério da Economia e do Trabalho.

Segundo Barros (2005), no caso da administração pública do turismo, os *stakeholder*² podem auxiliar no processo de elaboração de políticas públicas para a área, de maneira sistêmica e transdisciplinar, aumentando as chances de sucesso de tais políticas. Esta autora afirma que a formulação de políticas públicas é um processo que depende de aspectos variados e de diversas naturezas, o que cria a necessidade de integração entre os diversos atores públicos e privados, com uma comunicação constante entre as diversas políticas setoriais, assim como ocorre na Alemanha. Vale ressaltar que essa integração é válida para todas as atividades econômicas, e não só para a atividade turística, pois, segundo Silva (2004), a necessidade do consumidor ou do produtor se deslocar afeta setores e atividades como saúde, educação, turismo, cultura (bibliotecas, teatros, museus, etc.), serviços financeiros, restaurantes e o comércio atacadista.

Com relação às aglomerações, as políticas devem ser dirigidas, de acordo com Ribeiro (2001), ao estímulo e apoio à emergência de redes de produção de empresas fortemente interdependentes (incluindo fornecedores especializados), ligadas entre si numa cadeia de produção de valor adicionado; ao reforço das ligações entre as diferentes partes que compõem essas redes; ao acréscimo do valor adicionado pela atuação dessas partes. Segundo Carner (2001), a política de criar ou fortalecer encadeamentos no turismo deverá se orientar para nichos específicos, devido à magnitude atual do fenômeno turístico diante das outras atividades econômicas de determinado país ou região, e as estratégias deverão estar ligadas às condições específicas de cada país ou região, considerando-se as condições especiais de sua respectiva economia.

² Esta autora usa a definição do trabalho de R. Edward Freeman, *Strategic Management: a stakeholder approach*, que define *stakeholder* “como indivíduos afetados e/ou interessados, direta ou indiretamente, pelos empreendimentos econômicos” (Barros, 2005, p 81). Entre os indivíduos afetados temos a população local, e entre os indivíduos interessados temos os turistas, as empresas e a iniciativa privada, grupos vitais para a formação do produto turístico.

2.2.3 - Funções da iniciativa privada

Orlando (2004) alerta para a incapacidade do Estado em atender todas as demandas sociais, apresentando dificuldades para regular o processo de desenvolvimento, o que gera a mobilização de outros atores para a sua geração. Entre estes atores, a iniciativa privada possui papel importante para a implantação de novas estruturas que o Estado se mostra incapaz de fornecer.

Cruz (2001) afirma que a iniciativa privada é hoje a principal responsável pela turistificação dos lugares. A iniciativa privada atua como promotores territoriais do turismo, criando produtos turísticos. Moretti e Rodrigues (2001) destacam que as funções da iniciativa privada estão: a implantação de novas estruturas para atendimento ao turista (hotéis, restaurantes, lojas comerciais, etc.) e ampliação das já existentes, com a conseqüente melhoria da estrutura necessária para o atendimento ao turista. Além disso, a iniciativa privada tem assumido funções originariamente do Estado, como o gerenciamento de espaços de deslocamento, através de privatizações. No Brasil este processo ocorre com a privatização de rodovias.

Segundo Lage e Milone (1996, p 31) as empresas turísticas “vêm o turismo como uma oportunidade de aumentar ao máximo seus lucros, ao proporcionar os vários tipos de bens e serviços que o mercado turístico demanda.” Mesmo com as limitações de seus processos produtivos, as empresas deste setor procuram elevar ao máximo seus lucros. A presença de instituições financeiras mundiais é marcante, financiando projetos de infra-estrutura e do próprio setor turístico.

2.2.4 - A comunidade anfitriã

Segundo Lage e Milone, a comunidade anfitriã é “representada pelas pessoas nativas da região turística, vêm o turismo como um fator cultural”. Para essa comunidade, um dos aspectos mais importantes é o efeito das inter-relações entre os residentes e os visitantes (LAGE & MILONE, 1996).

Segundo Lorenzo e Zamora (2005), a população local é o objetivo e o suporte primordial de um projeto de desenvolvimento turístico ao ceder seu patrimônio cultural e social, e uma resistência da comunidade ao projeto significa uma diminuição no êxito da atividade, pois a comunidade cumpre um papel importante na conservação deste patrimônio, e principalmente, porque existe um crescente interesse dos visitantes em aprender e experimentar diferentes culturas, sendo o aprendizado mais difícil se a comunidade não for incorporada nas atividades.

Segundo Lorenzo e Zamora (2005) comunidade se torna importante também devido ao fato de ser mão-de-obra disponível para as empresas privadas, por proporcionar serviços aos turistas e às empresas (restaurantes, guias, transportes, alojamentos, etc.), por fornecerem a sua terra para o desenvolvimento de um projeto, por formar uma empresa conjunta com operadores turísticos privados na qual a comunidade proporciona a maioria dos serviços e o setor privado maneja principalmente a comercialização e a logística, além de operar com programas independentes baseados na própria comunidade.

3 - Turismo e APLs: especificidades e interdependências

3.1 – Aglomerações, clusters e arranjos produtivos locais

A recomposição territorial da economia mundial emergente pode ser considerada como um mosaico de regiões e localidades produtivas especializadas, ora se apresentando como cidades mundiais, ora como regiões metropolitanas, ora ainda sob a forma de rede de cidades médias e distritos industriais, ora mesmo numa configuração setorial interligando sistemas produtivos e pólos turísticos. Tais territórios são detentores de processos complexos de crescimento endógeno que se alimentam de eventos noutras regiões e localidades, formando inúmeros elos e gerando nova configuração das interdependências.

Segundo Fuini (2007), a globalização econômica se caracteriza por amplos processos de reestruturação que conduzem a atividade industrial a novas dinâmicas espaciais, como forma de adaptação aos novos patamares da competitividade, este mosaico se torna fonte de vantagens concorrenciais a partir de recursos, práticas e interdependências específicas do local.

Segundo Porter (1993), para explicar a “competitividade” a nível nacional é preciso compreender os determinantes da produtividade e o ritmo do crescimento dessa produtividade, focalizando não a economia como um todo, mas indústrias específicas e segmentos da indústria. Assim, seriam as empresas e não as nações que competem em mercados internacionais. Ainda segundo Porter (1993), a vantagem competitiva é criada e mantida através de um processo altamente localizado, no qual diferenças nas estruturas econômicas, valores, culturas, instituições e histórias nacionais contribuem profundamente para o sucesso competitivo. Este autor afirma que as empresas criam vantagem competitiva percebendo ou descobrindo maneiras novas e melhores de competir numa indústria, e sendo capazes de levá-las ao mercado, em um processo de inovação constante.

Segundo Rodrigues Junior (2004, p 1):

Analisando as vantagens comparativas e competitivas que explicam as trocas internacionais, podem-se observar alguns caminhos que podem ser percorridos com o intuito de superar as dificuldades, principalmente levando em conta as vantagens competitivas abordadas por Michael Porter. Neste sentido, a formação de aglomerados de empresas tem sido apresentada como uma possibilidade. Entretanto, a quebra do paradigma da competitividade pura e simples, para a percepção da coopetição exige mudanças no comportamento do empresariado o que é o maior desafio.

Dessa nova dinâmica mundial brotam processos e estruturas territoriais como os Distritos Industriais, os *Clusters* e os Sistemas Produtivos Locais (BENKO, 1996; BENKO & LIPIETZ, 1994, VELTZ, 1999). As empresas que aí se encontram são apoiadas por instituições provedoras de recursos humanos, de recursos financeiros e de infra-estrutura. A interação das empresas com as instituições geram capacidade de inovação e conhecimento específico. A globalização, portanto, não significa necessariamente a homogeneização do espaço e fim dos territórios e regiões, mas ao contrário, ocorre um aprofundamento da diferenciação e especialização dos lugares por conta da emergência de regiões mais dinâmicas economicamente que se sobrepõem ao restante do país (FUINI, 2007).

Para Beni (2003), num momento em que o conhecimento assume uma função proeminente no processo produtivo e o ritmo das inovações intensifica-se, o global encontra seu contra ponto na emergência do regional e do local. Ainda segundo Beni, esse fenômeno acontece porque o caráter global de competição não elimina a importância de base a partir da qual os produtos são lançados no mercado. É essa característica do processo concorrencial que vem abrindo espaço para as políticas de formação de “*clusters*” ou Arranjos Produtivos Locais. As regiões conseguem, então, mobilizar recursos específicos diretamente ligados ao tipo de construção social, histórica e institucional que se dá no âmbito local, envolvendo uma complexa rede de relações entre empresas, associações, sindicatos e poder público (FUINI, 2007), e como mostramos neste trabalho, de diferentes atividades econômicas como forma de fortalecer a economia local.

Os primeiros estudos dos Distritos Industriais da Terceira Itália e dos Sistemas Produtivos Locais na França já revelavam que, além de ser um agrupamento com predominância de MPMEs especializadas em uma atividade, essas aglomerações produtivas possuem distintos sinais de identidade coletiva (sociais, culturais, econômicos, políticos, ambientais ou históricos). Estes distritos surgiram num contexto de contínuo aprofundamento das disparidades regionais Norte/Sul da Itália, e a partir de estudos destas disparidades, os pesquisadores se depararam com uma nova realidade territorial que denominaram “Terceira Itália” (Itália do Meio ou Itália do Centro), que despertou interesse devido às elevadas taxas do emprego industrial, o excelente desempenho das exportações evidenciadas pelo tecido produtivo regional, como plataforma de competitividade para economias deprimidas e com potencial de mercado,

sobretudo no âmbito de pequenas e micro empresas. Segundo Porter (1999, p 209), os aglomerados são:

... concentrações geográficas de empresas inter-relacionadas, fornecedores especializados, prestadores de serviços, empresas em setores correlatos e outras instituições específicas (universidades, órgãos de normatização e associações comerciais), que competem mas também cooperam entre si. [...]

Este autor complementa posteriormente que:

Um aglomerado é um agrupamento geograficamente concentrado de empresas inter-relacionadas e instituições correlatas numa determinada área, vinculadas por elementos comuns e complementares. O escopo geográfico varia de uma única cidade ou estado para todo um país ou mesmo uma rede de países vizinhos.

(PORTER, 1999, p. 211).

As economias de aglomeração consistem em ganhos de produtividade que são atribuídos à aglomeração geográfica das populações ou das atividades econômicas (SILVA, 2004), e mobilizam diversas capacidades de criar recursos e promover competitividade externa e convergência interna em termos de expectativas de desenvolvimento local, estabelecendo parcerias e compromissos próprios que podem manter e dinamizar os investimentos de cada um dos agentes econômicos e atores sociais no próprio território (BENKO; LIPIETZ, 1994). Essas aglomerações possuem maior capacidade de sobreviver aos choques e à instabilidade do meio em que atuam do que as empresas isoladas, em virtude da ação em conjunto e de sua alta capacidade de auto-reestruturação, capacidades intrínsecas à própria forma organizacional em rede.

Segundo Krugman, as forças que incitam os empresários industriais a se agruparem residem nas externalidades da demanda e que “a concentração geográfica nasce, basicamente, da interação entre os rendimentos crescentes, os custos de transporte e a demanda [...]” (KRUGMAN, 1992, p. 20). Para Krugman, citando os estudos de Marshall, existem três razões favoráveis à concentração de uma atividade em um determinado local:

graças à concentração de um elevado número de empresas de um ramo no mesmo local, um centro industrial cria um mercado conjunto para trabalhadores qualificados, que beneficia tanto aos trabalhadores como às empresas;

um centro industrial permite a provisão, em maior variedade e a um menor custo, de fatores concretos necessários ao setor, que não são objeto de comércio;

devido ao fato da informação fluir com mais facilidade em um âmbito mais restrito que ao longo de grandes distâncias, um centro industrial gera o que se pode chamar, nas palavras de Krugman, de osmose tecnológica (*technological spillovers*).

Segundo Silva (2004), a competitividade e a sustentabilidade regionais de longo prazo têm menos a ver com a eficiência de custos e mais a ver com a capacidade das empresas e instituições para inovar, isto é, para incrementar a respectiva base de conhecimentos. Porter (1999, p 239) nos mostra que:

Boa parte da vantagem competitiva dos aglomerados depende do livre fluxo de informações, da descoberta de intercâmbios e transações agregadoras de valor, da disposição de alinhar agendas e atuar além das fronteiras empresariais e da forte motivação para os aprimoramentos.

Os agrupamentos, de acordo com Porter, representam uma face do diamante competitivo e influenciam a competitividade de três modos: pelo aumento da produtividade das empresas ou setores componentes; pelo fortalecimento da capacidade de inovação e, conseqüentemente, pela elevação da produtividade; e pelo estímulo à formação de novas empresas, que reforçam a inovação e ampliam o agrupamento.

Estes aglomerados, *clusters* e sistemas produtivos locais resultam de um amplo conjunto de iniciativas, de relações de cooperação e de redes locais, o que lhes propiciam vantagens específicas através do surgimento de vários tipos de economias externas de aglomeração, a saber: “**economias de especialização**”, ligadas ao aprofundamento da divisão do trabalho; “**economias do trabalho**”, resultantes da formação e acumulação de saber-fazer específicos; e “**economias de informação**” e comunicação, provenientes da capacidade de inovação e de sua difusão (SILVA, 2004). Fuini (2007) complementa que a valorização dos APLs se dá justamente por seu enraizamento no local graças às vantagens competitivas que proporcionam, e que normalmente estão associadas à ação cooperada e à maior facilidade de aperfeiçoamento do conhecimento técnico e organizacional. Para Beni (2003):

Sejam quais forem as condições que determinam a principal lição que permanece é que a inovação tecnológica não é uma ocorrência isolada: reflete um determinado estágio de conhecimento; ambiente institucional e industrial específico; uma certa disponibilidade de talentos para definir problemas técnicos e resolvê-los; uma mentalidade econômica para dar a essa aplicação uma boa relação custo/benefício ; e uma rede de produtores e usuários capazes de comunicar suas experiências de Modo cumulativo e aprender usando e fazendo. (Ex. Terza Itália - que já responde por 65% do PIB italiano).

Ainda sobre as vantagens das aglomerações, Silva (2004, p 32) relata:

A frequência, diversidade e intensidade das transações são fatores de aglomeração importantes. O empresário terá vantagem em se localizar onde existam várias opções de fornecedores, de modo que, se necessário, possa trocar imediatamente de um para outro. Isso se constituirá um elemento-chave de produtividade. Os comerciantes e os prestadores de serviços também têm interesse em se concentrar no espaço, pois, considerando os custos fixos ou as indivisibilidades, a aglomeração poderá justificar assumir-se despesas compartilhadas relativas a ações cooperadas, que propiciem a

diluição dos custos de operacionalização e totais e, por consequência, a venda de produtos e serviços a preços menos elevados.

Segundo Silva (2004, p 77), utilizando o modelo formulado por Richardson, as economias de aglomeração desempenham as seguintes funções:

- promovem a inovação e o progresso técnico;
- aumentam a produtividade dos fatores de produção;
- influenciam as decisões de localização dos agentes econômicos e o comportamento migratório da força de trabalho;
- afetam a eficiência da estrutura espacial da economia regional;
- explicam a concentração de população e atividades econômicas em algumas regiões da economia nacional e, no interior de cada região, em alguns dos seus centros urbanos.

Este autor alerta, porém, que o alcance espacial das economias de aglomeração varia, sua influência total é condicionada pela distância, e as preferências de localização referem-se a fatores não econômicos que influenciam as decisões de escolha de localização dos agentes econômicos, o que contribui para explicar as taxas de crescimento da população, da oferta de trabalho e do estoque de capital de uma determinada região. Para Krugman (1992), no âmbito mais reduzido, a localização de setores específicos reflete algumas vantagens transitórias; em um âmbito maior, a própria existência de cidades constitui um fenômeno visível da existência de rendimentos crescentes de escala; no âmbito superior, o desenvolvimento desigual entre regiões pode ser consequência de processos cumulativos enraizados nos rendimentos crescentes. No modelo de Krugman, a interação entre a demanda, os rendimentos crescentes e os custos de transporte são a força motriz desses processos cumulativos que acentuam as desigualdades regionais.

No Brasil, alguns pesquisadores e agências têm desenvolvido técnicas que permitem identificar, caracterizar e classificar a localização de aglomerações produtivas especializadas e de APLs potenciais em vários estados, revelam números surpreendentes (BRITO, 2002; SEBRAE, 2003, CHROIX et all 2003, REDESIST, 2003, SUZIGAN, 2001). Uma destas agências de estudos é a Rede de Sistemas Produtivos e Inovativos Locais – RedeSist, que é uma rede de pesquisa interdisciplinar formalizada desde 1997 e sediada no Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ. Os estudos de caso enfatizam que as vantagens competitivas de alcance setorial do APL estão mais relacionadas com o aperfeiçoamento e acesso a recursos humanos especializados, as redes de cooperação entre empresas e instituições, a ação coletiva ativa e prepositiva, a complementaridade interna da estrutura produtiva

local e a imagem mercadológica associada à região (GUIMARÃES; MARTIN, 2001; BECKER; BANDEIRA, 2002; CASSIOLATO et all, 2003; COCCO; GALVÃO; SILVA, 2003; CORREA, 2003; MONIÉ; SILVA, 2003; DALL'ACQUA, 2003; SOUZA SANTOS, 2004; BNDES, 2004; NORONHA, 2005).

Por sua vez, a reflexão sobre os estudos de casos sinalizam um elenco de instituições que fundamentam a existência de APLs com notável diversificação de papéis dos atores, movendo-se em espaços de intervenção que mudaram muito nos últimos anos. São micro e pequenos empresários, governos, entidades internacionais, sindicatos, consumidores, entidades não-governamentais, etc., todos inseridas em complexas redes de cooperação, permeadas de conflitos e competição. Os esforços dos atores na coordenação territorial se realizam nas experiências de *governança*, que às vezes desafiam fronteiras e limites político-administrativos municipais e locais, constituindo territorialidades antes inexistentes (consórcios inter-municipais, câmaras regionais de desenvolvimento, comitês de bacias hidrográficas etc). Para Haddad (2007), são experiências de parcerias público-privado que aproveitam as lições históricas dos distritos industriais da Terceira Itália; com modelos de governança de auto-gestão empresarial; que exploram os benefícios de cooperar para competir pelo uso eficiente e eficaz de instrumentos econômicos e mecanismos institucionais já disponíveis; onde se procura resolver problemas comuns a grupos de micro e pequenos produtores que isoladamente não teriam como resolvê-los (logística, inovações tecnológicas, inteligência comercial, infra-estrutura especializada etc).

Segundo a definição do Serviço Brasileiro de Apoio a Média e Pequena Empresa – SEBRAE e a Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais - REDESIST, os APLs são aglomerações espaciais de agentes econômicos, políticos e sociais, com foco em um conjunto específico de atividades econômicas e que apresenta vínculos de interdependência. Geralmente envolvem a participação e a interação de empresas e suas variadas formas de representação e associação. Por meio desses vínculos, as empresas e instituições mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e outros atores locais, tais como: governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa. Estes sistemas produtivos podem ter como área de atuação um recorte específico de análise e de ação política, definindo o espaço onde ocorrem processos produtivos, inovativos e cooperativos, tais como município ou área de um município; conjunto de municípios;

micro-região; conjunto de micro-regiões; formando o seu território. Já Haddad (2007), assim define os APLs:

Um arranjo produtivo local se define como uma concentração micro-espacial de empresas que trabalham, direta e indiretamente, para o mesmo mercado final, que compartilham de valores e conhecimentos tão importantes que definem um ambiente cultural, e que são especificamente interligadas num mix de cooperação e de competição. A principal fonte de competitividade são os elementos de confiança, de solidariedade e de cooperação entre empresas, assim como a existência de uma estrutura de apoio institucional, compreendendo instituições do setor público e do setor privado (agentes financeiros, universidades, instituições de pesquisa, centros tecnológicos, serviços de apoio especializado etc).

Para o SEBRAE, a cooperação entre os pequenos negócios para a consolidação de um APL é essencial. Segundo Freires (2005, p 6):

A interação e a cooperação constituem-se no caminho mais curto para a criação de projetos eficazes e na verdadeira utilização dos conhecimentos tácitos nos níveis local e regional, exatamente por reunir atores que têm um conhecimento detalhado da sua área, e estes são capazes de identificar os pontos fortes e fracos das suas localidades. Além disso, a cooperação incorpora a subsidiariedade e proporciona um sentimento de propriedade conjunta do projeto.

Orlando (2004), porém, alerta que cooperação não exclui a competição. Existem três aspectos essenciais na caracterização de APLs:

- a necessidade de combinar concorrência com cooperação;
- a necessidade de combinar conflito com participação;
- a necessidade de combinar conhecimento prático com conhecimento científico.

Segundo Dall'Acqua (2003, p 100-101):

A prática de relações simultâneas de cooperação e competição tende a dar origem à formação de tensões entre os membros dos clusters. Daí a importância fundamental que assumem as instituições que permeiam o tecido social em que os clusters operam, a necessidade deste "espaço social" ser permeado de instituições que possam funcionar como colchões de amortecimento das tensões. Cabe a estas instituições, sejam elas públicas ou privadas, mediar conflitos, incentivar e estimular o diálogo, intermediar eventuais desacordos e, sobretudo, estimular a participação e o trabalho conjunto por parte dos membros integrantes dos clusters.

Segundo Beni (2003), o sinal característico dos aglomerados, APLs ou *clusters*, está exatamente na concentração geográfica, que ocorre em função da proximidade que amplia toda a capacidade de gerar resultados relacionados à produtividade, inovações e competitividade. Krugman (1992) complementa que existe uma influência dos acontecimentos ou "acidentes" históricos na concentração de empresas, afetando sua localização geográfica. Nesse sistema de aglomerados há uma congregação entre competição e cooperação, que coexistem, com amplas possibilidades de interconexões.

Uma empresa procura, normalmente, localizar-se no centro geográfico do seu mercado, em virtude do princípio da centralidade geográfica.

Segundo Dall' Acqua (2003), a localização no mesmo espaço geográfico dos produtores e utilizadores facilita a realização de numerosas transações e desenvolve relações recíprocas de conhecimento e confiança entre os parceiros e a essência da organização de APLs ou *clusters* é a criação das capacidades especializadas dentro das regiões para a promoção de seu desenvolvimento econômico, ambiental e social. O sucesso depende da boa gestão das externalidades e das economias de aglomeração. Diante do exposto, pode-se chegar à conclusão que o sucesso dos APLs é definido pela existência de vantagens competitivas locais, associando-se às economias de aglomeração e externalidades locais, e da boa gestão destas economias de aglomeração e externalidades.

As empresas que querem fornecer às mesmas populações, mesmo que sejam produtos diferentes, têm interesse em se agrupar. Assim sendo, as empresas que tenham áreas de mercado comparáveis, irão se agrupar no mesmo local, formando um determinado lugar central (PORTER, 1999; SILVA, 2004). Com base na teoria de Christaller, quando a produção de produtos e serviços é realizada em lugares centrais, a importância dos lugares será tão maior quanto maior for a importância dos produtos e serviços situados em elevada posição hierárquica e que sejam fornecidos a partir desses lugares centrais. Há, portanto, uma relação direta entre a relevância dos lugares centrais e a importância dos produtos e serviços por eles disponibilizados. Silva (2004) complementa que os ganhos de produtividade estão na origem do processo de desenvolvimento econômico, daí a importância de procurar estudar os que decorrem da aglomeração geográfica das atividades econômicas e das populações.

Desta forma, os APLs representam redes de atividades produtivas fortemente interdependentes e articuladas, nas quais as empresas são integradas em sistemas colaborativos de produção e inovação, formando parcerias e alianças estratégicas. Eles são especialmente importantes em regiões pouco desenvolvidas e de baixo nível de emprego (LASTRES & CASSIOLATO, 2001). Segundo Beni (2003), mesmo no interior dos países desenvolvidos, os APLs assumem uma posição de destaque aquelas regiões cujo sistema produtivo se encontra articulado internamente e apoiado por uma série de fatores externos que permitem a obtenção de elevados níveis de competitividade nos mercados globais, o que segundo este autor denota um fenômeno

aparentemente contraditório da globalização: o fortalecimento do papel das regiões como também o de espaços localizados.

Porter (1993) explica este fortalecimento ao afirmar que quanto mais os agrupamentos se desenvolvem, mais os recursos da economia tendem a fluir para eles e a se afastar das indústrias isoladas que não podem empregá-los produtivamente. Segundo Amorim (1998), os *clusters*, APLs ou aglomerações de pequenas empresas constituem formas eficientes e viáveis de encaminhamento de objetivos econômicos com vistas ao desenvolvimento de regiões. Dall'Acqua (2003) complementa que estes arranjos se baseiam em redes, componentes fundamentais para a organização do APL.

Este aspecto destaca a importância da proximidade geográfica entre as indústrias localizadas, muitas vezes, em uma única cidade ou região de um país. A concentração geográfica, no modelo teórico de Porter, integra o processo mais geral através do qual a vantagem competitiva é criada e mantida. A sustentabilidade e solidez dos aglomerados dependem dos níveis de entrosamento, coesão e de cooperação que se desenvolvem entre seus componentes, ou seja, da “ação coletiva”, da convergência dos interesses, bem como das relações de confiança que se estabelecem entre os diversos integrantes, sejam essas firmas, agentes produtivos isolados ou instituições.

Segundo Silva (2004, p 188), ao integrar a abordagem de Ablas e Czamanski (1982) com a de Amaral Filho (2001), constata que os agrupamentos de indústrias ou de atividades econômicas, na perspectiva da teoria econômica e da teoria do desenvolvimento regional, propiciariam:

- maior aproveitamento de economias externas e criação de novas e melhoradas externalidades;
- favorecimento de economias internas com rendimentos crescentes à escala;
- direcionamento de investimentos para setores básicos e estratégicos da estrutura produtiva, alavancadores de expressivos efeitos multiplicadores;
- minimização do grau de vazamento existente na economia, ampliando a base local na utilização dos fatores de produção e na propriedade do capital;
- atração de excedentes gerados em outras regiões, pela extensão e intensificação dos fluxos inter-regionais, visando reter localmente os ganhos de produtividade da economia local;
- dinamização do desenvolvimento econômico, a nível regional e local, fomentando a prosperidade por meio da elevação da renda, da ampliação dos empregos incluindo a criação de novos e mais qualificados postos de trabalho e da melhoria do bem-estar e condições de vida da população residente.

Segundo Haddad (2007), está em curso no Brasil uma experiência focalizada de organizar os agrupamentos produtivos de MPEs, especialmente concentrados e especializados em negócios tradicionais (móveis, confecções, couro e sapatos, laticínios, granitos e cerâmica etc) e não-tradicionais (cultura, tecnologia de informação,

turismo sustentável etc) sob a forma de arranjos produtivos locais (APLs). Este autor afirma que há, atualmente, em diferentes setores produtivos e regiões do país, mais de duzentas experiências (229, segundo estimativa do SEBRAE) de promover e desenvolver agrupamentos localizados de MPEs, quase todas com intensa participação do Sistema SEBRAE, das quais algumas já se qualificam como arranjos produtivos locais pelas suas características estruturais mais avançadas. Segundo Diniz (s/d, p 14):

Consideradas as economias de aglomeração presentes na produção de serviços, aumenta-se a importância da centralidade urbana na localização destes, recolocando os conceitos de área de mercado e centralidade urbana desenvolvidos pelos teóricos alemães, na década de 1930, no contexto do desenvolvimento econômico e urbano daquele país (Losch, 1969; Christaller, 1966; Marshall e Wood, 1995). Não só os serviços estão mais ligados aos mercados, com tendência de reaglomeração, a exemplo dos centros comerciais (Central shopping), cidades e locais turísticos e de grande concentração dos serviços de apoio aos negócios e ao setor financeiro nas grandes metrópoles, a exemplo de bancos, companhias de seguros, serviços de computação, consultoria, mercado imobiliário, além de atrativos pessoais dado pelo ambiente cultural e social, hoje considerado importante fator locacional. Assim, as cidades se transformam cada vez mais em centros de consumo e menos em centros industriais, com a transição estrutural em prol de uma sociedade do conhecimento e dos serviços e menos da produção material.

Silva (2004) ressalva que a consideração dos conceitos de espaço e mercado dentro de uma mesma realidade pode levar a se pensar que a decisão de localização de uma atividade produtiva se deva unicamente à razão da economia do tempo de deslocamento. Este autor complementa esta idéia ao afirmar que:

No atual estágio de globalização da economia mundial, as empresas, ao decidirem sobre a localização de suas atividades e negócios, levam em conta os custos integrados de transporte, ou seja, preço + tempo, embora, quando tomados em separado, o preço assuma um maior peso que o tempo de deslocamento. O tempo de deslocamento, dimensão espacial, quando considerado de forma conjunta com o preço do produto, dimensão de mercado, viabiliza a opção de reduzir-se o custo total em que se incorrerá para se produzir e vender, quando da definição do local onde o empreendimento deverá se instalar.

Já na perspectiva do consumidor, a minimização dos deslocamentos, e do seu custo, é uma condição básica do princípio de centralidade. Todo agente econômico procura reduzir ao mínimo o tempo que é necessário para adquirir um produto ou serviço, ou maximizar a utilidade dos deslocamentos, o que ocorre quando consegue economizar tempo satisfazendo várias necessidades em um só lugar e realizando o menor número de deslocamentos possível. Portanto, a concentração espacial das transações entre os agentes econômicos reflete um ganho de produtividade, tanto para produtores como para consumidores.

Esse efeito não se limita às transações envolvendo mercadorias, aplicando-se sempre quando se busca satisfazer as necessidades de uma população que demande salas de espetáculos, lugares para cultos, etc., facilidades que vão atender aspectos intangíveis incorporados no padrão de consumo de determinados estratos dessa população. Nesse sentido, uma destinação turística que ofereça em um mesmo espaço ou em espaços contíguos um amplo leque de facilidades para seus visitantes, tornando assim eficaz o

deslocamento por eles efetuado, quanto ao uso do tempo dispendido e a outros custos de interação espacial, estará também alcançando eficácia em relação aos custos em que se incorreu visando atrair tais visitantes. Nesse contexto, a procedência dos visitantes dependerá da capacidade de atração do destino, expressa através do seu âmbito espacial de influência.

(SILVA, 2004, p 29-30)

Para o caso do turismo, muitos autores utilizam o termo *cluster*. A origem deste termo se deu a partir dos trabalhos de Porter, e pode ser entendido como um agrupamento de atividades econômicas que se desenvolvem conjuntamente em uma determinada região. O *cluster* é uma concentração de conjuntos produtivos, quer sejam de empresas, indústrias, cadeias produtivas, setores ou atividades econômicas diversas ligadas a negócios, serviços, etc.

Segundo Silva (2004), o termo *cluster* está vinculado à noção de competitividade das nações como derivada da competitividade das empresas instaladas no território nacional, localizadas em concentrações geográficas delimitadas, dentro desse território, e compartilhando, em grupos, as externalidades positivas decorrentes das chamadas economias de aglomeração. Este autor chama a atenção para a semelhança entre o que Perroux concluiu **“as nações nada mais são que “pólos de desenvolvimento com seus meios de propagação”**, com a conclusão a que chegou Porter, cerca de 30 anos depois, em seu estudo sobre a competitividade das nações, de que são **“as empresas, não as nações, [que] competem em mercados internacionais”**, ou seja, a competitividade tende a ocorrer em “agrupamentos” regionais das redes de empresas e serviços situadas em um país, os quais Porter denomina de *clusters*. São esses “agrupamentos” econômicos, os *clusters*, que efetivamente competem a nível internacional e determinam a vantagem competitiva das nações. Acrescentamos neste ponto que os agrupamentos determinam as vantagens competitivas das regiões.

De acordo com Porter (2002), o conceito de *cluster* sugere ainda “a idéia de junção, união, agregação, integração”. Nesta perspectiva, um *cluster* pode ser considerado como uma rede de relações espacialmente estruturada e, que pressupõe a existência de formas de cooperação, colaboração, integração, entrelaçamento, etc. Segundo Silva (2004) a reunião de empresas na forma de *clusters*, permite o surgimento de determinadas características que possibilitam o aparecimento de ganhos econômicos.

Segundo Dall’Acqua (2003), na criação de um *cluster* e no uso de suas ferramentas, a idéia é que empresas concorrentes, que vivem competindo entre si, deveriam trabalhar em conjunto para criar e fortalecer um *cluster*, e que para seu desenvolvimento, seria necessário uma mudança de postura e mentalidade dos

empresários e do governo. Apontando o trabalho de Iglori, Silva (2004, p 202) mostra que “o sucesso de um *cluster* não é um **estado**, mas sim, um **processo** de obter vantagens competitivas e enfrentar crises”, e que as características a seguir não garantem a competitividade do *cluster* a médio e longo prazo:

- divisão do trabalho e especialização entre empresas;
- surgimento de fornecedores de matérias-primas, equipamentos e peças de reposição;
- surgimento de agentes comerciais que levam os produtos para mercados distantes (nacionais e internacionais);
- surgimento de trabalhadores com habilidades específicas para o setor;
- surgimento de ações conjuntas entre os produtores locais de dois tipos: cooperação entre firmas individuais ou cooperação entre grupos de firmas por meio de associações e consórcios.

(SILVA, 2004, p 202)

Para Porter (1999), as vantagens competitivas podem ser fortalecidas através da formação de aglomerados que possam competir e cooperar entre si para fortalecer sua competitividade a nível global.

A maioria dos participantes de aglomerados não compete de forma direta, mas serve a diferentes segmentos setoriais. No entanto, compartilha muitas necessidades e oportunidades comuns e enfrenta muitas limitações e obstáculos coletivos à produtividade. A visualização de um grupo de empresas e instituições como um aglomerado acentua as oportunidades de coordenação e aprimoramento mútuos, em áreas de interesse comum, sem ameaçar ou distorcer a competição ou restringir a intensidade da rivalidade. O aglomerado proporciona um foro construtivo e eficiente para o diálogo entre empresas correlatas e seus fornecedores, governo e outras instituições de destaque. Os investimentos públicos e privados para a melhoria das condições dos aglomerados beneficiam muitas empresas.

(PORTER, 1999, p 217-218)

Para Silva (2004, p 8):

O modelo de *cluster*, na concepção de Michael Porter, de enfoque marcadamente empresarial e microeconômico, caracterizado pela presença de grandes indústrias, de dimensão nacional e com elevada amplitude espacial e alto nível de agregação, não se aplica apropriadamente ao turismo e não pode ser considerado como uma estratégia de desenvolvimento regional. O agrupamento que tem o turismo como atividade nuclear, com foco no destino turístico entendido como um *micro-cluster* e que apresente as características de delimitação da amplitude geográfica de seu entorno, delimitação da abrangência territorial do próprio agrupamento, delimitação do segmento turístico principal e dos seus sub-segmentos, bem como do próprio mercado alvo, pode ser qualificado como um *cluster* de turismo que reúne as condições de modelar estratégias e promover o crescimento e o desenvolvimento de micro-regiões ou zonas turísticas. Deste modo, o *micro-cluster* constitui o modelo viabilizador do alcance e sustentação do desenvolvimento regional, como resultado da interação entre a função de especialização – o turismo, e o território – o destino turístico e seu entorno próximo.

3.2 – A relação turismo e APLs: interdependências e especificidades

Para o caso do turismo, o conceito de arranjo produtivo local tem sido aplicado a partir de reformulações de maneira a adaptá-lo às particularidades do setor. Como o turismo envolve amplas relações inter-setoriais, faz-se necessária a identificação das atividades que compõe toda sua cadeia produtiva (MAMBERTI & BRAGA, 2004), mas também o papel de instituições como a CODETUR - Comitê de Desenvolvimento do Turismo, as Secretarias Municipais de Turismo e outros atores governamentais que coordenam a atividade, elaborando leis e normas para sua prática. Estas organizações e instituições colaboram na mobilização de recursos e competências territoriais, pois as políticas públicas contribuem nos aspectos de socialização e consciência de cidadania de seus membros, incluindo noções de responsabilidade, compromisso, participação e consciência coletiva (DALL'ACQUA, 2003). Segundo Silva (2006 b), a abordagem sistêmica é o meio mais eficaz para compreender essas inter-relações, pois o fenômeno ou acontecimento tem, no seu bojo, a idéia de interdependência e de inter-relação, sendo que nada ocorre isoladamente ou de forma independente.

Para Porter (1999, p. 249), “a constituição de agrupamentos de turismo nas economias em desenvolvimento às vezes representa uma força positiva na melhoria da infra-estrutura nas áreas afastadas e na dispersão da atividade econômica”. Segundo Esteve Secall (2002), os agrupamentos apresentam como principais características: proximidade geográfica; proximidade técnico-produtiva; inter-relação e interdependência; busca da competitividade; atuação conjunta para criar “climas” propícios à sua atividade; favorecimento à inovação e ao fluxo da informação; organicidade e poder para pressionar a administração pública. Para este autor a competição se dá em “redes multi-direcionais de empresas”, ou conglomerados de empresas trabalhando em rede, especializadas na produção, comercialização e/ou venda de determinados produtos no mercado; ou seja, a competição se dá entre os agrupamentos ou sistemas produtivos locais e complementa que no caso do turismo:

...o território que recebe a produção-consumo turísticos é um fator-chave ou determinante dessas redes. Isto porque a proximidade física e funcional das diferentes ofertas produtivas dos múltiplos setores ou sub-setores turísticos é básica na satisfação da demanda.

(ESTEVE SECALL, 2002, p. 16).

Silva (2004, p 23) define o *cluster* turístico como “um agrupamento de empresas que têm como atividade nuclear o turismo, corresponderia à estruturação e configuração de um modelo de desenvolvimento regional, a partir da atividade turística.” Silveira

(2005) define o *cluster* como “agrupamentos de assentamentos turísticos, ou melhor, um conjunto de espaços que dispõem de uma variedade de atrativos, são dotados de infra-estruturas de apoio e de equipamentos turísticos diversos, e oferecem uma grande gama de serviços e opções aos visitantes”. Segundo Beni (1997), diferentemente do pólo turístico, o *cluster* além de oferecer produtos prontos, voltados para satisfazer a demanda internacional ou nacional, deve estar estrategicamente localizado, deve ser planejado e estar integrado ao contexto econômico regional.

Para Silva (2004, p 441):

O *cluster* de turismo pode ser identificado espacialmente sob duas óticas: uma de natureza geral, através das zonas e pólos turísticos em que uma região encontra-se dividida, e outra de natureza específica, vinculando aos municípios e localidades que integram as zonas turísticas os diferenciados segmentos nos quais a região seja dotada de recursos de base para uma inserção competitiva no cenário nacional e internacional do mercado de viagens e turismo.

Se, por um lado, os traços singulares da atividade turística, trazem uma dimensão muito mais ampliada e complexa ao seu enquadramento e tratamento como uma única cadeia produtiva ou um único *cluster*, *vis a vis* um setor econômico ou uma indústria convencional, com maior grau de homogeneidade, por outro lado, uma atividade de tal porte e importância só pode ser planejada como um sistema integrado, considerando-se o conjunto de variáveis envolvidas – culturais, sociais, psicológicas, político-legais, ecológicas, econômicas e tecnológicas, com vistas ao desenvolvimento sustentado da região em análise. Esse desenvolvimento compreende o alcance dos objetivos de proteção e preservação ambiental, o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida da comunidade residente, a satisfação das necessidades e expectativas do turista e a integração econômica local e regional, levando-se em conta as distintas dimensões da sustentabilidade: ecológica, social, cultural, econômica e espacial /territorial, considerando suas respectivas capacidades de suporte ou de carga. O *cluster* de turismo pode ser identificado espacialmente sob duas óticas: uma de natureza geral, através das zonas e pólos turísticos em que uma região encontra-se dividida, e outra de natureza específica, vinculando aos municípios e localidades que integram as zonas turísticas os diferenciados segmentos nos quais a região seja dotada de recursos de base para uma inserção competitiva no cenário nacional e internacional do mercado de viagens e turismo.

Segundo Rodrigues Junior (2004, p 9):

A escolha dos fatores condicionantes na formação de aglomerados no turismo, considerando o modelo de Porter, que apresenta a vantagem de uma localidade, está baseada na lapidação de um “diamante”, cuja composição dá-se por meio de quatro atributos fundamentais: as condições de demanda; os setores correlatos e de apoio e a estratégia estrutura e rivalidade das empresas. Na percepção sistêmica, a disponibilidade destes ingredientes podem definir o grau de competitividade de um aglomerado turístico.

Segundo Silva (2004) a formação do *cluster* se dá através de várias etapas: pré-*cluster*, *cluster* emergente, *cluster* e expansão e decolagem do *cluster*, com cada etapa caracterizando-se por um diferente nível de dimensão, complexidade das inter-relações

e intensidade e consistência dos elos estabelecidos entre os diversos agentes componentes do *cluster* e que podem ser classificados em:

embrionários – limitam-se quase que totalmente ao mercado local, caracterizando-se pela presença de empresas que atuam como subcontratadas de grandes empresas, as quais, em geral, localizam-se fora do contexto local;

consolidados – têm capacidade de conquistar um mercado mais ampliado, contando com empresas mais especializadas e passando a ter uma identidade e uma efetiva imagem de um *cluster*;

maduros – desenvolvem e sedimentam uma habilidade de inovar com sucesso, passando a gerar uma produção dotada de maior valor agregado e alcançando um âmbito internacional de atuação e competitividade.

(SILVA, 2004, p 239)

Este autor afirma em seu trabalho, ao citar Beg, Braun, e Winden:

Nas **condições específicas do *cluster***, um primeiro aspecto a considerar, segundo Berg, Braun e Winden (2002), é o tamanho e o nível de desenvolvimento inicial do *cluster*. Em segundo lugar a presença de um ou mais “motores” em uma região – grandes multinacionais ou outro tipo de atores, é um determinante do funcionamento do *cluster*. Um terceiro aspecto, decisivo no rendimento de um *cluster*, diz respeito ao grau de interação estratégica, implicando relações duradouras entre as organizações. Um último elemento, que determina a evolução do *cluster*, é o nível de criação de novas empresas, pois elas são dinâmicas e inovadoras, e geram empregos.

Já com referência ao **grau de capacidade de organização** que há no *cluster*, esta pode ser definida como a habilidade da região urbana para obter o apoio de todos os participantes implicados no crescimento do *cluster*, no sentido de criar condições para o seu desenvolvimento sustentado, aspecto que, face à tipologia multifacetada da conformação organizacional do turismo, assume elevado nível de relevância.

(SILVA, 2004, p 233)

Silveira (2005) ressalta que a identificação de um *cluster* de turismo não pode se apoiar nos mesmos princípios que orientam essa identificação para outros setores econômicos, tendo em vista que o turismo é uma atividade produtiva bastante distinta das demais, devido sua amplitude e heterogeneidade. Segundo Rodríguez Domínguez (2001), ao se trabalhar com *clusters* no turismo torna-se necessário contemplar um nível geográfico muito reduzido, concreto, um destino turístico, onde se podem adquirir um número muito limitado de produtos turísticos. Segundo Rodrigues Junior (2004), a nova prática na gestão das empresas turísticas sofre com a sazonalidade, com altos custos de produção, alto contato com os clientes, não padronização dos processos e requer uma quebra da visão competitiva exclusiva, para visão da competição com cooperação.

Tais particularidades colocam o turismo num patamar diferenciado no que diz respeito à concepção e implementação de uma estratégia de desenvolvimento local baseada no *cluster*. Ou seja, diferentemente da estratégia de implantação de *clusters* industriais, por exemplo, que em geral aparece centrada quase que exclusivamente nos agentes produtivos orientados para o mercado, a estratégia de implantação de um *cluster* de turismo deve estar calcada em uma visão integrada em termos territoriais e articulada em termos sociais e políticos. Isto é, uma visão que considere as distintas dimensões da sustentabilidade, a saber: econômica, social, cultural, política, ambiental, e espacial.(SILVEIRA, 2005, p 133)

Apontando os trabalhos de Toledo, Álvarez e Castroman sobre o Modelo de Sistema Interfuncional Interrelacionado da Competitividade de um *Cluster* Turístico (SIIC), Silva (2004) demonstra que o sistema turístico é constituído por cinco elementos que atuam de forma inter-relacionada no sistema turístico e que, segundo os autores, adequadamente gerenciados alavancam a competitividade do destino turístico. Esses cinco elementos são: massa crítica; natureza da demanda; estratégia competitiva; estratégia cooperativa e estratégia de relacionamento com o turista. Os dois primeiros têm as características de criar condições básicas para o desenvolvimento do *cluster*, enquanto os outros três sugerem um processo no qual a vantagem competitiva de um *cluster* turístico é representada por um vetor resultante de três estratégias com o objetivo de garantir a integração vertical em busca da vantagem competitiva; integração horizontal em busca da cooperação entre empresas concorrentes, para obter um desempenho coletivo superior frente a outros *clusters*; na profundidade que se agrega maior valor ao cliente, satisfazê-lo mediante um relacionamento mais efetivo e aumentar a fidelidade.

Face ao exposto, o espaço geográfico é o principal objeto de consumo do turismo e disso decorre uma das mais importantes especificidades da prática social do turismo: o consumidor-turista tem de se deslocar até o produto a ser consumido, o lugar turístico. Anteriormente, escrevemos que cooperação não exclui competição, e no caso do turismo, as localidades passam a competir entre si com seus atrativos, em uma tentativa de atrair turistas, e segundo Diniz (s/d), esta competição resulta em um processo contínuo de reconstrução e reteritorialização do espaço. Segundo Silva (2004, p 440):

A verdadeira concorrência no setor turístico ocorre entre segmentos estratégicos distintos, dedicados a fornecer serviços em um âmbito geográfico determinado – o destino, o qual pode fazer parte de um ou mais *clusters*, em função dos diferenciados produtos que seja capaz de articular.

Para esta competição, as vantagens comparativas e competitivas se tornam importantes, e segundo Rodrigues Junior (2004) a vantagem comparativa³ se baseia em menores custos comparativos entre regiões e depende de fatores exógenos, e a vantagem

³ Segundo Benko (2002), as vantagens comparativas se baseiam na comparação entre regiões, mas não constituem força motora para o crescimento, mas pode ser base para criação de vantagem competitiva. Dall' Acqua (2003, p 50) complementa que “muito embora a vantagem comparativa não conduza à vantagem competitiva, ela pode ser a base na qual se constrói a vantagem competitiva.

competitiva⁴ em se baseia em ambiente dinâmico, propício para a inovação e depende da perspectiva local. No caso do turismo, a vantagem comparativa pode atrair demanda por produtos e serviços, e pode ser observado quanto à presença de recursos naturais disponíveis, como praias, clima, formação geográfica quanto às condições sócio-econômicas como a mão-de-obra, preço dos transportes, hospedagem, câmbio, impostos, etc. Segundo Cunha (2001, p 214, apud RODRIGUES JUNIOR, 2004, p 12):

A teoria dos custos comparativos permite dar uma explicação para um grande número de trocas turísticas internacionais na medida em que a diferença de custos pode ser considerada como um dos fatores determinantes da repartição e da evolução do turismo internacional. Não explica a existência deste mas explica a existência de trocas turísticas entre dois países com fatores de atração semelhantes.

As vantagens competitivas são incorporadas aos destinos turísticos e fazem parte do valor agregado pelos consumidores, fornecedores, apoiadores e produtores da atividade turística, e, portanto, de seu nível de desenvolvimento humano, do esforço da criatividade humana e da produtividade do capital e trabalho (RODRIGUES JUNIOR, 2004).

Porter (1999, p 172) coloca:

A produtividade é o principal determinante do padrão de vida de longo prazo do país; é a causa primordial da renda per capita nacional. A produtividade dos recursos humanos determina o salário dos empregados, a do capital estabelece o retorno gerado para seus detentores.

Quanto à cooperação, segundo Rodriguez Domínguez (2001), esta pode ser compreendida em duas vertentes: a horizontal – com a formação de alianças estratégicas, cujos acordos podem ser de dois tipos, de um lado os acordos entre empresas que se dedicam à mesma atividade principal, ou seja, entre empresas que se dedicam ao alojamento, à animação, ao transporte ou à restauração (alimentação), e de outro os acordos entre empresas que se dedicam em satisfazer ao mesmo grupo de clientes, mas lhes proporcionando distintos componentes do produto (serviços turísticos); ou vertical – através da formação de redes estratégicas, onde ocorre o estabelecimento de uma relação fornecedor-cliente unilateral entre os sócios, de tal modo que as atividades objeto de acordo são realizadas por uma das partes, que cede o

⁴ Segundo Benko (2002) as vantagens competitivas são aquelas que geram um processo contínuo de inovação, crescimento e agregação de valor às atividades. Segundo Dall'Acqua (2003, p 50) "Competitividade é um processo contínuo de inovação, crescimento e agregação de valor às atividades [envolvendo a criação de capacidade e qualidade distintivas da concorrência, implicando um menor custo de produção]". Para Silva (2004), o conceito de competitividade deixou de pertencer ao mundo das empresas para se incorporar ao mundo das regiões.

seu *output* à outra em troca de uma contraprestação. Esta autora (2001, p 310) afirma que “existem dois tipos de razões para a formação de *clusters*: umas pelo lado da demanda e outras pelo lado da oferta.”

Já para Esteve Secall (2002), o conglomerado pode ocorrer de três formas diferentes de empresas ou entidades turísticas: a) de caráter empresarial; b) de caráter territorial; e c) de caráter institucional. Esteve Secall (2002, p 9) afirma que a “competitividade de uma zona turística, considerando como tal uma rede de agrupamentos ou *clusters* empresariais, institucionais e territoriais, se encontra na “reticularidade” – ou intensidade da malha de inter-relações, dentro de cada um dos três tipos de *clusters*, bem como entre os três grupos.” Silva (2004, p 387) complementa que a “competitividade de uma zona turística resultará da “combinação das competitividades” dos diferentes agrupamentos que a configuram, bem como do nível de estreiteza e coesão dos relacionamentos entre eles”, e Dall’Acqua (2003, p 53) afirma que “ a efetiva competitividade fundamenta-se na inovação e na busca de diferenças estratégicas.”

Segundo Beni (2003), o processo produtivo da atividade turística realiza-se mediante a exploração dos recursos turísticos, ou seja, os atrativos naturais e culturais de uma região. Em função dessa característica, segundo Cruz (2001), o turismo acaba por causar transformações, diretamente, a pelo menos três porções do espaço geográfico: sobre os pólos emissores de fluxos, os espaços de deslocamento e os núcleos receptores de turistas. Ainda segundo Cruz (2001, p 12):

A intensificação do uso turístico de dada porção do espaço geográfico leva a introdução, multiplicação e, em geral, concentração espacial de objetos cuja função é dada pelo desenvolvimento da atividade. Entre esses objetos, destacam-se os meios de hospedagem, os equipamentos de restauração e de prestação de serviços e a infra-estrutura de lazer. Nesse processo de apropriação dos espaços pela prática social do turismo está a gênese dos territórios turísticos.

Já a cadeia produtiva constitui-se na rede integrada de setores e subsetores econômicos que possibilitam a elaboração de um produto (bem ou serviço), por meio da interação de processos e decisões harmônicos em relação ao objeto final (BENI, 2003).

Segundo o Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão e o IBGE (2007, p 12)

Os bens e serviços são produzidos por unidades econômicas e decorrem de um processo no qual combinam-se elementos e ações que se destinam a terceiros. A empresa é a unidade econômica por excelência. As empresas são unidades de decisão que assumem obrigações financeiras e estão à frente das transações de mercado, respondendo pelo capital investido nas atividades. A atividade de uma unidade econômica se traduz, portanto, na geração de um valor mediante a combinação dos fatores de produção: trabalho e capital. As

atividades econômicas características do turismo são definidas como aquelas nas quais as unidades econômicas, as empresas, produzem pelo menos um produto característico do turismo.

Segundo Silva (2004), os produtores procurarão concentrar espacialmente os seus estabelecimentos visando maximizar o aproveitamento de economias de escala e minimizar os custos da distância, tanto os decorrentes da distribuição dos produtos e serviços aos consumidores, como os originados da necessidade de aquisição das matérias-primas e produtos e serviços intermediários. No caso do turismo, este autor relata que:

...analisando-se pelo lado dos produtores, para as empresas de prestação de serviços ao visitante que se situem no destino turístico, a exemplo das atividades hoteleiras e outras de natureza receptiva, predominaria a mesma lógica acima mencionada, que orienta a concentração espacial dos demais estabelecimentos produtores. Considerando, no entanto, os operadores turísticos, que elaboram, comercializam e distribuem “produtos turísticos” na forma dos pacotes de viagens, a lógica locacional parece ser distinta, desde quando os mesmos concentram-se, em geral, nos centros econômica e turisticamente mais desenvolvidos, de caráter prevalentemente emissor, situando-se fisicamente distantes do destino turístico, que se constitui no objeto de consumo dos seus clientes, “na ponta”, que são os próprios turistas, embora possam não lidar e negociar diretamente com eles.

Já os consumidores buscarão utilizar o espaço de forma a minimizar o custo da distância, este fato poderá levar a que alguns produtores se localizem numa mesma área central, de modo a possibilitar que os consumidores, efetuando um só deslocamento, realizem compras de natureza diversa.

(SILVA, 2004, p 45)

Barros (2005) complementa que a cadeia produtiva é formada por aproximadamente 52 setores econômicos, o que dificulta a formulação de políticas públicas e que o turismo deve ser visto como um sistema que depende de cada um dos elementos que o compõem. Além dos segmentos diretamente relacionados como Marketing e Serviços Turísticos, Agenciamento de Viagens, Transporte, Hotelaria, Gastronomia, Entretenimento e Lazer, Eventos e Conferências, Atrações Culturais e Ecológicas; os setores de infra-estrutura básica e serviços públicos (saneamento, abastecimento de água e energia, telecomunicações, segurança e saúde) indústria, agricultura e o comércio em geral têm forte interação com o setor turístico.

Segundo Carner (2001), uma análise dos encadeamentos do turismo com outros setores é que caracteriza as configurações de cadeia produtiva, *cluster* e redes do turismo, com a atividade se convertendo em uma rede de relações que podem criar pontos de estrangulamentos ou sinergias, constituindo-se em um dos conglomerados de atividades mais complexos e heterogêneos. Para esta autora, o conceito de *cluster* no turismo, se relaciona com a alta integração vertical, horizontal, inter-setorial e

interdisciplinar que ocorre na atividade turística. Ela descreve as inter-relações da atividade turística com outros setores da economia da seguinte forma:

Mesmo antes da criação e desenvolvimento de um produto turístico, se geram encadeamentos produtivos, entre outros, no contexto do planejamento, estudos de consultoria, de engenharia, de desenho arquitetônico e paisagista, assim como o pacote de serviços financeiros incluindo os de bens raízes, de seguro e resseguro, e de estudos prospectivos que são requeridos para uma empresa particular ou para um complexo turístico. Também intervêm a construção de infra-estrutura básica, urbana e de rodovias, bem como todo tipo de infra-estrutura específica como a de alojamento, de equipamento pesado ou leve, [...] além de móveis e decoração, entre outros.

Quando o processo de prover serviços turísticos no destino começa, os enlaces com a agricultura, a pesca, a avicultura e com [...] a criação de rebanhos, assim como com a indústria alimentícia são, geralmente, os primeiros a acontecerem. Diante da sofisticação crescente do mercado de alimentos e bebidas, os encadeamentos haverão de ser trabalhados por parte das empresas compradoras e dos fornecedores, necessitando a vontade de ambas as partes para alcançar os níveis requeridos de qualidade, quantidade e entrega [...]. Em muitos casos não se concretizam estes encadeamentos por falta de interesse em seu desenvolvimento pelas empresas turísticas ou pela possibilidade de escolher no mercado externo [ao âmbito regional ou nacional], melhores produtos, a um melhor preço e com prazos de entrega seguros [o que compensa a ocorrência de fugas]. No caso em que [...] se alcançam [estes encadeamentos], se dá os primeiros passos para obter tais requisitos e conseguir vantagens no mercado interno e para a exportação. Outras atividades para prover bens muito necessários à atividade de alojamento se encontram no ramo têxtil e de confecções. Toda a variedade de roupa, assim como os uniformes e roupa de trabalho do pessoal ocupado no turismo, com uma demanda relativamente estável pela frequência de sua reposição, se podem desenvolver em particular nos países com experiência, quer seja na indústria destinada ao mercado nacional ou internacional [...]. De acordo com os graus de sofisticação do turismo e da indústria nacional, se pode pensar em utensílios para servir comidas e bebidas [pratos, copos, taças, etc.], cristaleria, confecção e comércio de facas e similares [...], mas também em produtos de limpeza e de asseio pessoal, químicos de todo tipo, papel. Também se podem desenvolver algumas atividades para produzir e reparar maquinaria e equipamentos, assim como peças de reparação. [...] Os processos de aproveitamento das capacidades instaladas ou dos recursos humanos disponíveis, bem como o treinamento dos fornecedores, podem iniciar nichos crescentes de encadeamentos e minimizar o peso das importações. [...] **o que se busca é a eficiente substituição de importações e não a sua eliminação.** Os esquemas de financiamento efetivo e de transferência de tecnologias [...] de gestão e capacitação, particularmente dirigidos à consolidação de pequenos e médios fornecedores. [...] Não se deve esquecer a importância da provisão de serviços para o turismo. Se há de rechaçar o conceito de que os empregos e os serviços diretos e indiretos que se supre, se encontram somente nos níveis mais baixos de qualificação. [...] o turismo necessita serviços sofisticados, de alto nível, como todos os serviços profissionais e financeiros que já contam com uma elevada sofisticação [...] assim como empresas especializadas de suporte técnico [e] de manutenção, em especial para a implementação de novas tecnologias [particularmente] da informática e das telecomunicações [...]. Os serviços de manutenção e reparos de navios e de aeronaves, os serviços aos navios de cruzeiros e aos iates, incluindo os de manejo de dejetos, provisão de energéticos, de produtos alimentícios, frescos ou preparados, de serviços de *catering* e inclusive os de tripulações, se desenvolveram e podem ser ampliados. [...] O desempenho dos fornecedores dos fornecedores nacionais se verá melhorado com o recurso às redes do turismo, em especial às das empresas multinacionais, [visando] usar o talento local e elevar a qualidade da capacitação de seu próprio

pessoal, bem como o das empresas que tenham relações de trabalho, melhorando também as capacidades gerenciais e de organização das empresas. Essas redes também podem ser aproveitadas para a exportação dos bens e serviços competitivos e elevar a competitividade da economia em seu conjunto, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (CARNER, 2001, p. 15-17).

O resultado do desempenho dos elementos que irá determinar o nível de competitividade do sistema, e neste contexto, a sobrevivência do sistema está ameaçada quando inexistente uma oferta de serviços competitiva. Produtores e consumidores tendem a organizar-se em um sistema de lugares centrais que compatibilizem os interesses de ambos os grupos de agentes econômicos, constituindo as respectivas áreas de mercado (SILVA, 2004).

Silva (2004) afirma que a competitividade e sustentabilidade do desenvolvimento turístico de base endógena preconizariam, portanto, o enraizamento ou internalização da produção de *inputs*, necessários ao funcionamento da estrutura produtiva dessa economia a partir de fornecedores de bens e serviços localizados fora da região, representando a realização de importações e a conseqüente remuneração de agentes exógenos, o que atua no sentido de mitigar os resultados econômicos da atividade turística que seriam retidos localmente. Para este autor, isto implica no adensamento e ampliação dos encadeamentos setoriais, a montante e a jusante, que compõem a estrutura produtiva da economia de determinada região. Segundo Sancho (2001, p 352):

Para se conseguir qualidade turística, todos os componentes da experiência turística devem ser levados em conta, pois o consumidor não limita sua compra a um quarto de hotel ou a uma refeição num restaurante, mas entra em contato com uma combinação de serviços, produtos e entorno. Portanto, deve-se recorrer a uma aproximação que compreenda as atrações, a infraestrutura, os equipamentos, os serviços logísticos, o entorno, e claro, os recursos humanos envolvidos na experiência turística.

Porter (1999, p 230) complementa:

No turismo, por exemplo, a qualidade da experiência do visitante depende não só do apelo da principal atração (como praias ou localidades históricas), mas também do conforto e do serviço dos hotéis, restaurantes, lojas de souvenirs, aeroportos, outros meios de transporte e assim por diante. Como ilustra o exemplo, as partes do aglomerado são, em geral, efetivamente dependentes entre si. O mau desempenho de uma delas compromete o êxito das demais.

Ainda segundo Porter (1999, p 241-242)

Os aglomerados com orientação externa se justapõem a dois outros tipos de negócios: os setores e aglomerados localizados que não competem com outras localidades (por exemplo, restaurantes, entretenimento, serviços de logística, imóveis e construção civil) [ressalva-se que essas atividades também se caracterizam por terem uma orientação externa, desde quando situem-se em destinos turísticos e sejam consumidas por visitantes, haja vista a condição do turismo de ser uma atividade de base exportadora] e as subsidiárias locais de empresas competitivas situadas em outros lugares que

atendem sobretudo ao mercado local (por exemplo, escritórios de vendas, centros de apoio ao cliente, escritórios regionais e instalações de montagem). Os aglomerados com orientação externa situados em determinada área geográfica representam a principal fonte de crescimento de longo prazo e de prosperidade econômica da área. Esses aglomerados são capazes de crescer bem além do tamanho do mercado local, absorvendo trabalhadores de empresas de setores menos produtivos. Em contraste, a demanda para os setores locais é intrinsecamente limitada e resulta, sobretudo, de forma direta ou indireta, do êxito dos aglomerados com orientação externa.

Segundo Silveira (2004) a regionalização das atividades produtivas e de serviços é um importante instrumento de planejamento territorial que pode viabilizar a implantação das aglomerações (*clusters*) para promover a expansão do turismo. Este autor explica esta afirmação através de Smith (1992), que diz que as regiões turísticas têm sido criadas por razões que visam, principalmente, os seguintes objetivos: (i) a exploração do potencial turístico regional através da implantação de infra-estruturas básicas e da construção de novos centros e/ou pólos turísticos; (ii) a ampliação do mercado turístico nacional e internacional; (iii) a promoção conjunta e o marketing turístico dos lugares situados em uma determinada região; (iv) o planejamento e o desenvolvimento regional das atividades de turismo. Cruz (2001) complementa que a tendência à concentração espacial de equipamentos e oferta de serviços turísticos se justifica pelo barateamento nos custos de investimentos em infra-estrutura obtido por meio desta concentração territorial.

A competição das empresas através dos agrupamentos ou *clusters*, segundo Rodríguez Dominguez (2001), representa uma forma de aproveitar-se tanto das vantagens país, como das vantagens de operar em um setor determinado e das vantagens derivadas da própria empresa, permitindo ainda, se por em prática o desenvolvimento de uma estratégia de flexibilidade adaptativa necessária também para a melhora competitiva que deverá produzir-se na atividade do turismo.

(SILVA, 2004, p 252)

Silveira (2005) afirma que esta regionalização turística vem se tornando uma ferramenta na busca da redução das desigualdades econômicas e sociais existentes entre diferentes localidades que integram uma mesma região de destino dentro da perspectiva do chamado desenvolvimento sustentável. Usando Pearce (1991) e Hall (1997) para explicar sua afirmação, Silveira descreve que a regionalização busca obter uma maior equidade territorial através da melhor distribuição dos benefícios econômicos advindos do turismo, e que resulte na criação de oportunidades de emprego e geração de renda para as populações locais, e na difusão de práticas relacionadas à conservação do meio ambiente, mas que políticas de regionalização do turismo precisam ser implementadas de maneira que venham contribuir para promover um maior espriamento dos benefícios econômicos decorrentes desta atividade por todo o território nacional. Nestas circunstâncias, Silveira (2005) mostra que a formação de *clusters* e/ou redes locais de

cooperação no turismo, é uma estratégia acertada para se buscar promover a expansão desta atividade em escala regional, podendo por sua vez contribuir para o desenvolvimento local e pode contribuir não só para melhorar a infra-estrutura de transporte entre cidades afastadas, mas também para melhor distribuir a atividade econômica no âmbito regional.

Outro aspecto da regionalização do turismo, é que ela pode também englobar fronteiras administrativas interligando cidades ou localidades adjacentes, configurando um modelo de organização espacial denominado por Pearce (1991) de “lazerópolis”. Nestas “lazerópolis”, as cidades maiores exercem a função de pólos de desenvolvimento turístico na região em que estão localizadas, vindo a contribuir para impulsionar a expansão da atividade em direção às cidades menores, ao mesmo tempo em que promovem a descentralização dos fluxos e da demanda turística.

Pearce (1991) ainda argumenta que as “lazerópolis” podem transcender as fronteiras nacionais apontando como exemplo o complexo de centros turísticos agrupados de forma linear ao longo do litoral do Mar Mediterrâneo, o qual engloba entre outras a região de Provence e do Languedoc-Roussillon na França, interligadas respectivamente com a região da Costa Brava na Espanha. No Brasil, pode se citar um como exemplo de “lazerópolis” a porção central do litoral brasileiro com algumas cidades como Santos, Rio de Janeiro e Vitória, exercendo o papel de pólos maiores, que influenciam diversas cidades menores localizadas na Região Sudeste do País.

(SILVEIRA, 2005, p131)

Segundo Beni (1997, p 84), “os centros turísticos estrategicamente planejados e integrados no desenvolvimento regional caracterizam-se por produtos finais competitivos, ajustados à demanda dos mercados internacionais e nacionais”, e alerta que para atingir esse patamar é necessário se adequar às demandas do mercado interno, considerado o eixo propulsor do desenvolvimento do turismo. Beni (2003) afirma que o êxito de um *cluster* nos mercados turísticos regionais, nacionais e internacionais depende cada vez menos de suas vantagens comparativas e cada vez mais de suas vantagens competitivas. Rodrigues Junior (2004) complementa que, ao se considerar o turismo como alternativa de desenvolvimento, a formação de aglomerados pode ser uma alternativa para enfrentar as adversidades da atividade, mas que é necessário uma mudança com a quebra de paradigmas por parte de todos os agentes ativos e dos empreendedores. Silveira (2005, p 132) explica através da obra de Hall que:

Para Hall (1997), a estratégia de implantação de um *cluster* de turismo além de contribuir para gerar viagens entre diferentes regiões, incentivar a colaboração entre os diversos agentes territoriais (públicos e privados) na implementação de projetos de desenvolvimento turístico, contribui para promover alianças estratégicas entre assentamentos turísticos novos com aqueles já existentes em uma determinada região. Assim, em uma mesma região pode ser implantado um ou mais *clusters*, dependendo da extensão territorial.

Para Dall'Acqua (2003) e Romão (2006), o turismo exerce um grande impacto em toda a sociedade e nas comunidades locais, urbanas e rurais, nas quais possui

importantes características positivas, como o ingresso de divisas com atividades limpas, alto valor agregado, efeito multiplicador e valorização da cultura local. Segundo Silveira (2004), o desenvolvimento do turismo depende em alto grau da combinação de diversos fatores, com destaque para a oferta de infra-estrutura de base (transportes, energia, saneamento, telecomunicações) e de equipamentos específicos (meios de hospedagem, restaurantes, equipamentos de lazer, etc); a disponibilidade de recursos/atrativos ambientais (naturais e culturais) preservados e de recursos humanos capacitados; e a procura por parte de turistas reais e/ou potenciais. Segundo Dall'Acqua (2003), a infra-estrutura econômica é um dos principais fatores determinantes do grau de competitividades das atividades econômicas.

A expectativa do consumidor e seu grau de satisfação dependem dos elementos que influirão em sua percepção final da qualidade do *cluster* (BENI, 2003). Esses elementos compreendem: aeroporto, traslado, estética do entorno, equipamentos receptivos, gastronomia, hospitalidade da comunidade receptora, informação e sinalização dos atrativos, centros comerciais, serviços de assistência em geral aliados ao motivador essencial já citado, qual seja, a competitividade dos preços. Em síntese, a implantação de *clusters* de turismo é um procedimento muito adequado para se incentivar a expansão da atividade.

Segundo Silva (2004), os grandes equipamentos (portos de mar, estradas, aquedutos, aeroportos, esgotos e redes de eletricidade) e serviços (administração pública, a educação, a saúde, a justiça e a ordem pública) compõem aspectos de infra-estruturação básica e turística, que integram a oferta técnica de um destino turístico, constituindo-se, inclusive, em elementos que podem ser trabalhados para incorporarem um maior nível de tecnologia e qualificação e funcionarem como motores de modernização de áreas urbanas, em municípios e cidades, transformando-as em dinâmicos, modernos e competitivos centros de recepção de turistas. Este autor conclui que:

Isso acarretaria, pelas externalidades positivas decorrentes das economias de aglomeração, expressivos ganhos de produtividade difundidos e compartilhados pelos consumidores, os turistas, pelas empresas e indústrias direta e indiretamente vinculadas à atividade do turismo situadas entre os espaços de concretização do consumo turístico: espaço receptor, espaço de trânsito e espaço emissor, ou seja, na área de mercado ampliada que caracteriza o turismo, pelos municípios ou cidades qualificados como destinos turísticos e pela população residente no espaço receptor.

(SILVA, 2004, p 33)

É nesse sentido que o território local e regional se destaca. O estudo dos recursos do território oferece para a prática turística um importante instrumento para entender a formação do APL-Turístico - ou adequando esta expressão, uma vez que muitos autores não consideram o turismo como uma atividade produtiva, arranjos turísticos locais - e os aspectos que levaram a tal configuração espacial. Segundo Silva (2004), usando Boullón para corroborar sua afirmação, a melhor forma de determinar um espaço turístico é através do método empírico, pelo qual se pode observar a distribuição dos atrativos turísticos e da planta turística no território, visando detectar os agrupamentos e concentrações que se destaquem. Segundo Barbosa e Zamboni (2000), as variáveis que constituem os anéis concêntricos podem ajudar na descrição da posição ocupada por cada um dos atores e as correlações que eles estabelecem entre si, como mostra a figura a seguir.

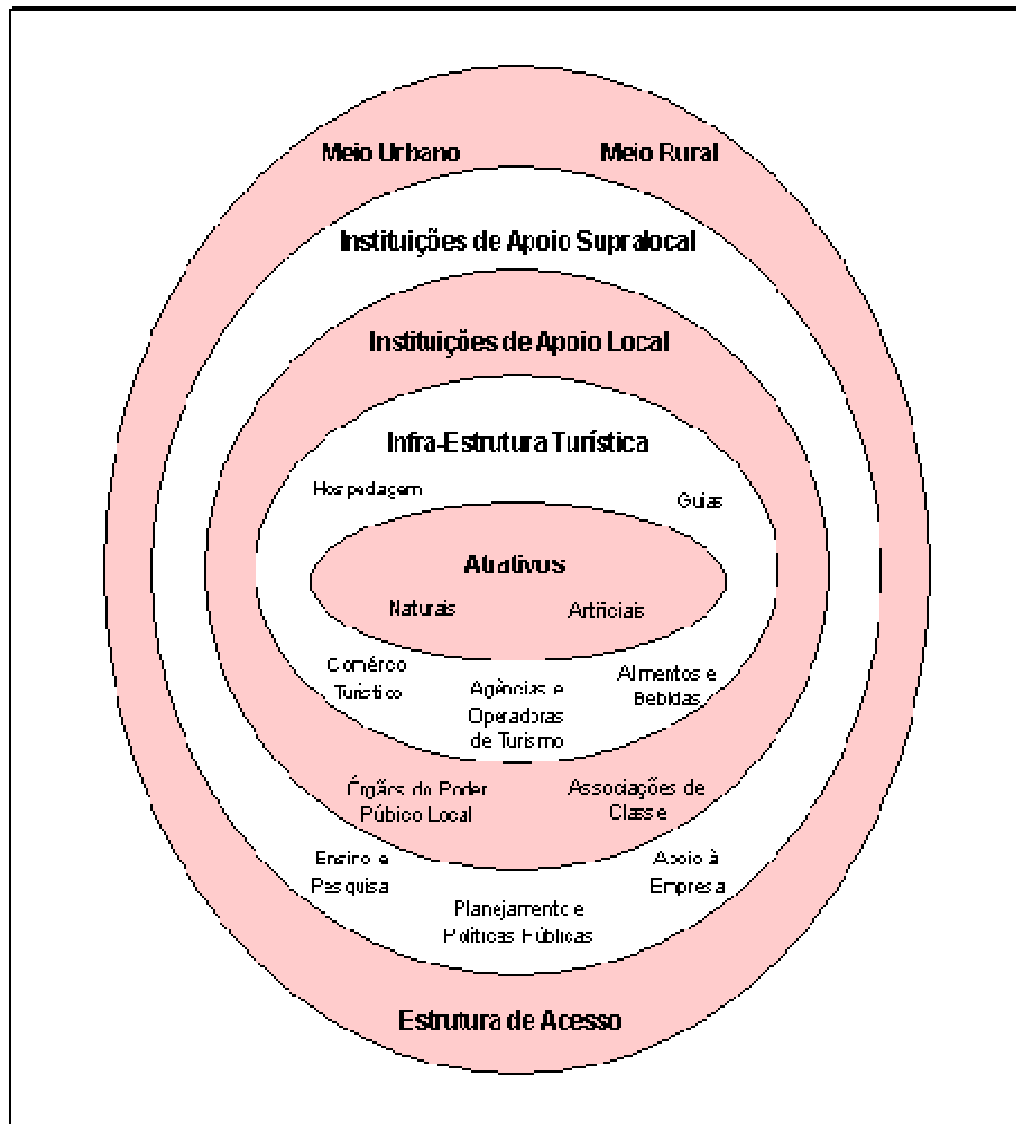


Figura 5 – Anéis concêntricos do arranjo produtivo turístico (Fonte: BARBOSA e ZAMBONI, 2000)

De acordo com esta metodologia, o epicentro do APL-Turístico é formado pelos atrativos (naturais ou artificiais) da localidade; o segundo anel abrange a infra-estrutura turística (hotéis, agências de turismo, guias, bares e restaurantes, meios de transporte, comércio voltado para o turismo); o terceiro anel agrega os atores sociais ligados direta e permanentemente à atividade turística (órgãos do poder público local, associações de classe); o quarto anel é constituído pelos órgãos de apoio com atuação supra-local (órgãos públicos federais e estaduais que atuam na área de turismo, organizações paraestatais voltadas para a capacitação empresarial e a qualificação de trabalhadores, instituições de ensino e pesquisa, ONGs relacionadas com o turismo); o último anel

constitui o pano de fundo sobre o qual se desenvolve o turismo, englobando todo o meio urbano, o meio rural e a estrutura de acesso.

Cada anel representa uma característica a ser estudada para a compreensão da formação dos APLs em estudo, levantando-se dados quantitativos e qualitativos relevantes para o estudo dessas aglomerações. Então, para se caracterizar os diferentes tipos de Aglomerados Produtivos (*clusters*) e de Arranjos Produtivos Locais (APLs)-Turísticos, é necessário partir de um conceito operacional e de um conjunto de indicadores que atenda, total ou parcialmente, aos seguintes critérios:

- (1) existência de um aglomerado de atrativos naturais e artificiais, de ativos e agentes econômicos vinculados ao setor de turismo (da indústria, comércio e serviços), organizados em pequenas e médias empresas, ou de produtores individuais ou familiares, com participação percentual relevante no cenário nacional;
- (2) atuação em um local determinado socialmente construído, que não necessariamente corresponde a uma divisão política do município ou sub-região do Estado;
- (3) ocorrência de especialização produtiva em uma atividade que esteja relacionada, direta e indiretamente, ao setor de turismo;
- (4) utilização de mão-de-obra qualificada ou semi-qualificada, sem hierarquia rígida e proteção social das relações de trabalho;
- (5) possibilidade (real ou potencial) de vínculos de articulações inter-firmas (entre produtores) com vistas à consecução de determinados objetivos comuns, pela via da interação, da aprendizagem e da cooperação horizontal (subdivisão do trabalho entre empresas) entre si;
- (6) possibilidade de articulações do APL com certos atores e instituições de apoio local (prefeitura, associações de classe) e supra-local (associações de classe, governos estaduais e a União), que possam facilitar a consecução dos objetivos de mercado das unidades produtivas;
- (7) existência de instituições (agências, comitês, fóruns, consórcios, ONGs) locais públicas e privadas que atuam, em conjunto, para dar suporte ao desenvolvimento do APL-Turístico;
- (8) existência de cultura local comum, que seja atrativa e que crie relação de confiança entre as empresas do APL, que facilite o processo de cooperação e aprendizagem.

Segundo Dall'Acqua (2003, p 140), os conceitos chave que devem estimular esta abordagem são:

- a) teoria da competitividade: competitividade é a produtividade com a qual recursos são utilizados e aproveitados – recursos humanos, capital financeiro e ativos físicos; onde setores industriais e empresas competem, e não países; e o governo tem um papel parcial, mas significativo na criação da base sobre a qual ocorre a concorrência entre empresas; b) foco na vantagem competitiva: com modelo baseado na concorrência e globalização, microeconomia, foco nos clientes, capital humano e conhecimento, inovação e responsabilidade compartilhada; promovendo colaboração, produtividade e criando riquezas; c) clusters regionais: pela concentração geográfica de instituições relacionadas de um determinado setor, os clusters não somente ajudam a baixar custos, mas também promovem a inovação e a produtividade; e, por fim, d) desenvolvimento econômico: com base em políticas governamentais e ações que influenciam os fatores da produtividade regional: condições de demanda e setores correlato e de apoio, definidos por Porter (1999:224), como fontes de vantagem competitiva da localização.

Segundo Mamberti e Braga (2004):

De forma genérica, pode-se identificar a organização da atividade turística como núcleos produtivos aglomerados, visto que as empresas que compõem a infra-estrutura turística compartilham o mesmo território e atuam no mesmo setor, embora cada uma delas tenha a sua especialidade. Uma maneira de melhorar a competitividade dessas pequenas e médias unidades autônomas é a formação de parcerias entre elas, criando um relacionamento próximo, intensivo e permanente, propiciando, por um lado, a troca de sinergia e a prática da colaboração e, por outro, estimulando a rivalidade e a competição (GERANEGÓCIO, 2004). Essa forma de organização caracterizada por empresas com afinidade econômica, com proximidade física e articuladas entre si consolida um arranjo produtivo local.

Um arranjo produtivo local devidamente estruturado intensifica e fortalece a interação entre as empresas e as instituições envolvidas, gerando uma otimização no uso das vantagens competitivas. Quando a atividade turística é organizada de modo sistêmico e integrado, os benefícios são tanto para as empresas quanto para os turistas e a economia local. Para incentivar-se a formação de arranjos produtivos turísticos é necessário primeiramente identificar a cadeia produtiva do turismo, que permite traçar-se um panorama da situação atual. Esse levantamento possibilita dimensionar os impactos diretos e indiretos do setor do turismo na econômica local e verificar se há ocorrência de efeitos multiplicadores que contribuam para a expansão de outras atividades econômicas internas.

Alertamos, porém, que empresas de outros setores têm estimulado a atividade turística, como forma de impulsionar a sua produção, como a indústria e a agricultura, e como veremos a seguir, APLs industriais e informais, que dependem da visita do turista para comercializar sua produção. Como APLs informais entendemos que são aqueles que não se encontram legalizados, e, portanto, não contam com apoio governamental, como nos casos de produtos artesanais, onde as relações no sistema produtivo se dão apenas ao nível dos produtores.

A obrigatoriedade de deslocamentos espaciais para que se caracterize o turismo, a relevância da paisagem para a atividade e as alterações econômicas, físicas e sociais provocadas com o seu desenvolvimento faz com que, no estudo do turismo, a geografia

ocupe um papel de destaque (MAMBERTI & BRAGA, 2004). O turismo como setor da atividade econômica organiza o seu próprio território, criando estruturas urbanas e regionais com características singulares, que expressam, em níveis espaciais, o regime de produção e reprodução de uma sociedade mercantil. Segundo Silva (2006 b), o turismo é capaz de modificar o cotidiano de uma localidade e impor novas relações que vão, paulatinamente, proporcionando uma nova organização espacial e novas territorialidades, e o arranjo, por sua vez, resulta de relações sociais que se manifestam no tempo e no espaço dos locais onde ocorre a atividade turística.

A configuração do espaço turístico a partir dos elementos que integram o destino turístico resulta, de um lado, da apropriação dos recursos territoriais por parte das empresas turísticas visando obter a máxima rentabilidade de seus investimentos e aproveitando as externalidades positivas dos bens livres e públicos que atraem a demanda turística, e, de outro lado, da apropriação dos recursos naturais que realizam os consumidores turísticos para obter uma experiência satisfatória. Ambas as dinâmicas, de produção e consumo, não dariam origem, por si mesmas, a um espaço turístico funcionalmente coeso, o que se viabiliza por intermédio da participação pública com suas diferentes formas de intervenção, assim condicionando a produção do espaço turístico.

(SILVA, 2004, p 316)

Segundo Beni (2003), o turismo apresenta amplas características inter-setoriais e possui relações estreitas com outros ambientes, resultando em um sistema aberto e de grande amplitude que os demais setores da economia, conseqüentemente com extraordinária capacidade para captar importantes elos, de complementaridade e “extravasamentos” a efeitos colaterais, em termos de tecnologia, qualificações, informação, marketing e necessidades dos clientes que transpõem as empresas e os setores. Da atividade turística partem os fluxos econômicos, positivos e negativos, que mantêm relações com as demais atividades existentes no espaço. Quando organizado com base em alguns atributos naturais específicos, “às vezes denominados de “circuito das águas”, “circuito das cavernas e grutas”, nesses casos as atividades do turismo podem formar aglomerações produtivas na perspectiva de APLs, de micro e pequenas empresas que prestariam serviços ou fornecimento de produtos às atividades turísticas.

Outras situações de APLs-Turísticos dizem respeito às aglomerações produtivas de produtos industriais e agro-industriais em que a atividade turística constitui um apêndice importante da atividade produtiva, às vezes parcialmente ou totalmente dependentes. Segundo Benko (2002), a aglomeração apresenta efeitos positivos para os concorrentes, como as economias de aglomeração internas ao ramo (o comerciante de doces está mais perto do fabricante de doces) e efeitos de proximidade externa ao ramo (a pessoa vai comprar um filtro solar e volta com um doce na mão). No caso das

aglomerações produtivas, o turismo geraria o efeito de proximidade externa ao ramo, pois o turista sempre se sente atraído a consumir a produção local. Nestes casos, convém ressaltar que o dinheiro deixado pelo turista, tende a passar pelos diversos setores da economia, seja para aquisição de serviços ou de produtos das regiões onde visita, produzindo um efeito multiplicador que vai além do setor turístico.

Silva (2004) alerta que a economia se diversifica em uma série de novas áreas produtivas. Para este autor, as inovações tecnológicas provêm uma diversidade de opções e oportunidades de investimento, que refletem na ampliação e maior diversificação dos bens e serviços produzidos na economia nacional e podem, inclusive, provocar a redução ou a seletividade estratégica das importações. A natureza deste sistema produtivo está em criar e manter complementaridades entre a organização das empresas e a natureza de suas relações entre os diferentes setores e o sistema educativo, sem esquecer a regulação macro e micro-econômicas. A rapidez de resposta para atender a demanda provocada pelos turistas nos setores produtivos transforma-se, então, em elemento constitutivo do desempenho produtivo. Portanto, é necessária uma integração mais eficaz dos diferentes setores envolvidos para atender essa demanda. Para Amaral Filho (2001, p 278):

Uma estratégia de desenvolvimento com base nos novos paradigmas tem por objetivo munir um determinado local, ou região, de fatores locais sistêmicos capazes de criar um pólo dinâmico de crescimento com variados efeitos multiplicadores, os quais se auto-reforçam e se propagam de maneira cumulativa, transformando a região num atrator de fatores e de novas atividades econômicas. Para isso, recomenda-se a implantação ou o desenvolvimento de projetos econômicos de caráter estruturante, que envolva uma cadeia de atividades interligadas.

Devemos considerar que o produto turístico se realiza por intermédio de um composto de atividades e serviços relativos ao alojamento (indústria das construções e indústria de transformação), à alimentação e às bebidas (atividade agrícola e indústria alimentícia), aos transportes (indústria de transformação e de consumo energético, além de serviços), às aquisições de produtos locais (artesanato e indústria do vestuário ou de transformação), às visitas e aos divertimentos (serviços), possuindo uma interdependência parcial ou totalmente a outros setores da economia. Esta interdependência se realiza com as indústrias de transformação, com o comércio, com o artesanato, com os serviços públicos, com as infra-estruturas, os transportes e a agricultura. Nestes casos, a atividade turística pode ser considerada como uma atividade de empresas que trabalham e se comunicam “em rede”. É preciso que tais empresas funcionem de modo inter-relacionado, principalmente as que se reputam como

“nucleares”, ou seja, que satisfazem as necessidades essenciais do consumidor turístico: alojamento, transporte e alimentação (SILVA, 2004). Segundo Benko (2002), as relações de proximidade entre os diferentes setores da economia permitem a troca contínua de informações e, portanto, a proximidade espacial, que permite a interação e a regulação final do processo de produção. Ainda para este autor, as atividades no espaço constituem a primeira das formas de regulação.

A estrutura produtiva de um país se define a partir das inter-relações existentes entre os diferentes setores da economia. Estes, por sua vez, são constituídos por agrupamentos de agentes econômicos que apresentam similaridades, seja nos processos produtivos, seja nas características dos bens e serviços por eles produzidos ou, ainda, na finalidade para a qual estes se destinam.

Esta complexa e dinâmica rede de inter-relações representa-se, em termos monetários, e ao final do período de tempo considerado, no valor bruto da produção total da economia, ou seja, no valor de tudo que foi produzido incluindo os produtos consumidos ao longo dos processos de produção.

(MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO, IBGE, 2007, p 19)

Calizzo Soneiro (1991, p 147-148) complementa que:

[...] poucos são os ramos da atividade industrial que não se beneficiam, sequer minimamente, do incremento transitório do número de consumidores que o fenômeno turístico propicia; algumas delas, inclusive, devem [ao turismo] a sua favorável expansão. É o caso da indústria de alimentos, da transformação de produtos agropecuários; mas também é o caso do desenvolvimento exitoso de determinadas atividades artesanais que, fora da atração – [...] a mudança [ou diferenciação] espacial e cultural, que exercem nos países mais industrializados, dificilmente poderiam sobreviver; e é o caso da indústria de artigos para presentes, que os turistas adquirem como um testemunho, uma prova emblemática, de sua presença nestas periferias receptoras; além dos artigos de viagem e esportes [...]. Mais evidente é o impacto industrial devido ao turismo no subsetor da construção – de alojamentos, mas sobretudo de segundas residências, e nos setores afins como vidro e cimento, madeira e móveis, e de água, gás e eletricidade.

[tradução livre nossa].

Convém também ressaltar que qualquer que seja a escala territorial, deve existir uma unidade do fenômeno turístico em torno da comercialização de um produto ou atração dominante. Neste contexto, podemos considerar a afirmação de Silva (2004, p 286-287)

Mais oportuno seria então, conforme Furió Blasco, **considerar a produção turística como um *continuum* de bens e serviços**, como um conjunto de atividades econômicas, não necessariamente equivalentes entre si, mas com fortes interdependências, no que concerne a esta produção.

Em termos similares, Vera Rebollo (1997), considera que **o turismo não é uma atividade econômica, mas sim uma prática social coletiva geradora de atividade econômica**, de diversas manifestações econômicas.

A maior ênfase nas interdependências entre atividades econômicas remete ao conceito, recorrente mas relevante neste trabalho, de *filière*⁵, que pode ser utilizado, como exposto em Furió Blasco (1994), como significativo de uma “cadeia de indústrias integradas”, ou como um “conjunto articulado de atividades econômicas integradas, cuja integração resulta de articulações em termos de mercados, de tecnologia e de capitais”. O sistema produtivo, portanto, pode ser tomado como “uma série de *filières* que começam com os recursos primários para desembocar na satisfação de uma necessidade humana”.

Neste caso, o turismo possui grande interesse de todos os setores econômicos, e se torna uma oportunidade de investimento para o setor industrial e agro-industrial para diversificar as fontes de renda e/ou aumentar as vendas da produção, servindo como setor de apoio, se integrando parcial ou totalmente ao APL, gerando novos ganhos, pois um dos objetivos da atividade é a maximização dos lucros dos produtores de bens para atender a demanda gerada pela atividade, agregando valor aos seus produtos.

O aumento da demanda provocada pelos turistas ocasiona mais investimentos, e conseqüentemente o aumento da produtividade, e em muitos casos restaurando a competitividade. Segundo Benko (2002), essa mudança no modo de produção deve assegurar, além da mudança na produtividade, assegurar um quadro de aumentos salariais que permita a manutenção da rentabilidade e proteger o mercado interno do local. Segundo Silva (2004, p 265), o turismo agrega valor de três formas:

1^a- valor agregado ou renda de **atividades ou ramos produtivos “plenamente” turísticos** (hotelaria, restaurantes, transportes, agências de viagens, centros urbanísticos e de recreação), ponderados pelo coeficiente de consumo turístico no total da produção;

2^a- valor agregado ou renda de **atividades ou ramos produtivos que vendem serviços ou bens aos turistas, sem que sejam considerados “setores” turísticos** (estabelecimentos comerciais, bancos, reparo de veículos), na parte proporcional da demanda turística; e

3^a- valor agregado ou renda de **setores industriais, agrários ou de serviços, gerado pela repercussão da demanda turística** (conteúdo direto e indireto), ou seja, construção, alimentação, obras de infra-estrutura.

Alguns arranjos produtivos estão associados ao turismo para se desenvolverem, com as empresas existentes se lançando em novos ramos de atividades. São os casos denominados de “circuitos das malhas” e/ou “circuito das frutas”, além de atividades concentradas do setor de alimentos e bebidas artesanais, nas quais a comercialização dos produtos depende da visita dos turistas.

⁵ Segundo Furió Blasco (1994, p 176, apud SILVA, 2004, p 187), *filière* pode ser considerado uma transformação progressiva de uma matéria-prima em um produto acabado ou [...] como um conjunto de operações técnicas, constitui a definição mais imediata. Mas também são possíveis outras duas definições deste mesmo conceito. Por um lado, a *filière* pode ser vista como um conjunto de operações econômicas e, por outro lado, como um conjunto de organizações.

A economia regional destas localidades é formada por um circuito de atividades produtivas capazes de criar as condições de geração de sua própria demanda final e se dão de forma articulada (DALL'ACQUA, 2003). Estes agentes são todos participantes de um sistema econômico e fazem o âmbito visado como objeto de intervenção, durante o processo de planejamento econômico. Marshall (1985) demonstra isso ao dizer que os aspectos relacionados com a existência de poucas ocupações na região, especializadas e significativas de um elevado custo de mão-de-obra para as empresas e com o fato da região possuir exclusivamente uma única indústria, acarretaria uma condição de extrema vulnerabilidade à estabilidade e ao ciclo produtivo de vida da região nos casos de diminuir a procura pelo(s) produto(s) dessa indústria, ou ocorrer uma interrupção no fornecimento da matéria-prima e dos insumos necessários ao funcionamento e continuidade de operacionalização da mesma.

A solução nesses casos, segundo Marshall (1985) seria a introdução e crescimento na região de indústrias de caráter supletivo e empresas subsidiárias, mas neste trabalho visamos ir além dessa concepção, propondo a integração ao cenário econômico de atividades econômicas diversas, com o objetivo de preencher as lacunas existentes na estrutura produtiva da região, fortalecer os vínculos inter-setoriais e atuar como motor da dinamização do conjunto econômico em torno da indústria concentrada. Estas ações provocam o ordenamento e reordenamento dos territórios a partir das estratégias competitivas adotadas, com atividades econômicas se complementando e como forma de manter a sustentabilidade da economia local no período de crise em uma destas atividades. Porém, Benko (2002) alerta que a distinção entre industrial/terciário não é tão evidente, pois se trata de atividades complementares, e complementa que as coletividades territoriais possuem um papel motor e regulador a desempenhar no desenvolvimento econômico.

Segundo Dall'Acqua (2003), as transformações na estrutura produtiva são potencialmente indutoras de desenvolvimento econômico, que é atingido através de modificações na estrutura produtiva, sendo dinâmico e auto-alimentado, e sua força e intensidade estão essencialmente nas ligações intermediárias, pelo adensamento das atividades produtivas de bens intermediários e cujo fluxo é formado pelas ligações inter-setoriais, e a importância de seu efeito será função da riqueza do conjunto destas ligações. Portanto, as transformações que o turismo provoca no setor produtivo são indutores de desenvolvimento e qualquer alteração na dinâmica das atividades provoca alterações no território, essencial para o processo produtivo. Segundo Benko (2002), as

novas estratégias proporcionam a mobilização endógena dos recursos e aumenta a capacidade de inovação e adaptação das regiões envolvidas para reorganizar seu sistema produtivo.

Para Rosseti (1982, apud DALL'ACQUA, 2003) produzir nestes circuitos regionais corresponde a toda e qualquer atividade necessária para atender, nas ocasiões e lugares adequados, às necessidades humanas, coletivas ou privadas, de bens e serviços materiais ou imateriais, tangíveis ou não. Nestes casos, o turismo é uma alternativa estratégica de inserção competitiva, visando a promoção do APL e de seus produtos, a captação de recursos, e a atração dos turistas por meio de eventos visa o aumento da venda de seus produtos, como no caso das expo-frutas existentes nas localidades produtoras de determinadas frutas, ou as feiras itinerantes, que promovem os produtos em outras localidades para atrair compradores ao local de produção.

No mundo contemporâneo, as transformações observadas nos processos de produção apontam para uma crescente flexibilização, apoiada na adoção de tecnologias de informação e de novos paradigmas organizacionais, ou seja, os trabalhadores passam a atuar em múltiplas tarefas dentro do processo produtivo empresarial (MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO; IBGE, 2007). As bases que regem os espaços geoeconômico, global e local mudam de acordo com o modo de produção, e a reestruturação produtiva leva a uma reestruturação regional (DALL'ACQUA, 2003), que afeta toda a inter-relação dos diversos setores associados a este modo de produção.

Os principais efeitos desta maior interdependência entre a produção de bens e serviços são a viabilização de novos negócios, a difusão destes novos negócios através de criação de demanda derivada para novos produtos, a criação de novos negócios dentro de setores tradicionais e alteração do perfil industrial (DALL'ACQUA, 2003). Esta situação causa a transformação, não só desejável, mas também necessária e inevitável, que é a transformação da comunidade de massa em comunidade flexível (AMIN & ROBINS, 1994), ou seja, capaz de lidar com rapidez às mudanças econômicas e manter a competitividade do sistema. Essa flexibilidade alimenta o processo de desenvolvimento local, que segundo Pecquer (2000), decorre de três condições básicas: da capacidade de se inovar, da capacidade de se adaptar e da capacidade de se regular.

Silveira (2005) complementa que as novas “regiões de turismo” vêm sendo desenhadas não apenas para atender às demandas do turista em si, mas como resposta

aos problemas econômicos causados pela reestruturação da economia mundial e pelo aumento da competitividade territorial no contexto da globalização, com os assentamentos turísticos conformados em escala regional e local, como uma tentativa de reverter o quadro negativo provocado pelo declínio do setor industrial em determinadas regiões e, também, por conta da competição cada vez mais acirrada entre as regiões na economia globalizada. Amaral Filho (2001) sugere que o turismo pode ser uma das opções que se aproximam do desenvolvimento endógeno sustentado, pelo fato de conjugar diversos elementos que são relevantes para o desenvolvimento local ou regional:

forças socioeconômicas, institucionais e culturais locais;
grande número de pequenas e médias empresas locais, ramificadas por diversos setores e sub-setores;
indústria limpa;
globalização da economia local por meio do fluxo de valores e de informações nacionais e estrangeiras, sem que essa globalização crie um efeito de *trade-off* em relação ao crescimento da economia local, pelo contrário.

Segundo Silva (2004), a visão de Amaral Filho mostra que a atividade turística apresenta ainda outra vantagem, que é a de possibilitar a transformação de “fatores dados” em “fatores dinâmicos”, diminuindo substancialmente os custos de criação e de implantação que envolvem projetos de desenvolvimento, considerando que tais projetos podem estar vinculados a uma vocação regional, a exemplo de atrativos e atividades típicas e históricas.

Para Diniz (s/d, p 8) “a vantagem competitiva é criada e mantida através de um processo altamente localizado, e que diferenças nas estruturas econômicas, valores, culturas, instituições e histórias nacionais contribuem profundamente para o sucesso competitivo”. O turismo se torna então uma importante vantagem competitiva sobre os outros produtores, pois atrai o comprador ao local de produção, minimizando os custos com transporte até outras localidades. Dessa maneira, se aplica o que Schumpeter denominou de novas combinações⁶, com a introdução de uma nova maneira de comercializar uma mercadoria. Estes efeitos produzidos pelo turismo nos diferenciados

⁶ As novas combinações propostas por Schumpeter em 1985 consistem no emprego diferente dos recursos produtivos disponíveis no sistema econômico, estando vinculadas em sua realização a empresas novas, que não surgem das antigas, mas começam a produzir lado a lado e em simultâneo às mesmas se aplicariam em cinco casos:

- introdução de um novo bem, ou de uma nova qualidade de um bem;
- introdução de um novo método de produção, ou uma nova maneira de comercializar uma mercadoria;
- abertura de um novo mercado;
- conquista de uma nova fonte de matérias-primas, ou de bens intermediários;
- estabelecimento de uma nova forma de organização de qualquer indústria.

âmbitos do território onde se desenvolve são resultantes das interdependências existentes entre os elementos econômicos, sociais, culturais e físicos deste processo, e as novas combinações se tornam essenciais para o desenvolvimento do que podemos chamar, devido ao alto grau de interdependência, de motor econômico de uma região, pois, os efeitos externos de mercado no desenvolvimento das atividades turísticas trazem importantes conseqüências para um território que tenha como atividade de sustentação o turismo.

Os elementos inter-relacionados e interdependentes satisfazem a demanda turística por meio de sua estruturação em produtos turísticos concretos, não existindo atividade turística sem haver relação com outras atividades que movem esse motor e segundo Silva (2004), a atividade turística deve possuir um rigoroso equilíbrio com a estrutura produtiva, exigindo uma intensa utilização dos equipamentos e infra-estruturas básicas, não raro em curtos períodos de tempo, quando essas regiões apresentam problemas de sazonalidade relacionados com o tipo de turismo que oferecem. Dall'Acqua (2003, p 46) complementa que:

A maior interdependência e integração entre a produção de bens e serviços é determinada pelo fato de que qualquer produto material ou de serviço é criado por uma seqüência complexa de trocas materiais e de serviços que envolve fornecedores e consumidores, incluindo subcontratados e consultores. Por outro lado, esta interdependência é garantida pelo caráter interativo da inovação tecnológica; através de redes tecnológicas e novos arranjos de empresas com vinculações intersetoriais, que definem trajetórias tecnológicas para diferentes regiões, de acordo com uma competitividade estrutural determinada pelo conhecimento acumulado.

Silva (2004) ressalta que as políticas regionais não deverão se voltar única e exclusivamente para o surgimento e dinamização de novas tecnologias, mas, também, se direcionarem para uma atuação sobre as indústrias tradicionais no sentido de apoiar os seus processos de reestruturação operacional que visem renovar sua dotação de modernos fatores de competitividade. Neste contexto, o turismo passa a ser um destes fatores que aumentam a competitividade, fornecendo melhores condições de escoamento da produção, trabalhando de forma inter-relacionada ao setor industrial e depende da configuração do lugar. Este conjunto inter-relacionado também forma mercados locais de trabalho, com uma grande quantidade de empregos gerados. O crescimento deste mercado de trabalho local facilita a tarefa das empresas para o recrutamento dos empregados correspondentes ao perfil desejado e permite adotar uma política de recrutamento flexível (BENKO, 2002).

A noção de APL se coloca como instrumento de intercâmbio entre a busca da competitividade e a base territorial da atividade econômica, articulando os atores locais em estratégias coletivas para fortalecimento da competitividade no ambiente de negócios (FUINI, 2007), e no caso do presente estudo, articulando atividades econômicas diferentes. A interdependência dos arranjos produtivos e o turismo garantem a difusão do local, com informações circulando por todo o país sobre a localidade, difundindo juntamente com os atrativos da cidade, a produção existente, e incorporam elementos bastante variados no território. Mas para que isso ocorra, é necessária a criação de uma rede estruturada e a dinamização das atividades turísticas ligadas ao setor produtivo. A rede trata das relações inter-empresariais, relações de hierarquia e cooperação (BENKO, 2002), e sua estruturação garante a produção das vantagens competitivas.

As capacidades dinâmicas dos sistemas locais com ambientes inovadores os projetam naturalmente para o exterior (BENKO, 2002), e o turismo atua como um sistema de inovação para o comércio da produção e a projetam para o exterior através da divulgação do local. O crescimento dessas regiões deve-se a essa dinâmica propiciada pelo setor turístico na demanda, e a ligações locais desempenham papel importante para alimentar esse crescimento. Esta interligação entre atividades econômicas diferentes permite maior volatilidade do sistema, e encoraja a reconsolidação das regiões em unidades de produção integrada (SABEL, 1989).

Segundo Haguenauer e Prochnik, (2000), ao trabalhar em um nível inter-setorial, a análise de agrupamentos dá especial relevância às diferentes formas de interdependência entre os setores. Pode-se, então, chegar à conclusão que os agrupamentos contêm uma determinada quantidade de cadeias produtivas, de distinta tipologia e diferenciados padrões de qualidade, com setores diferentes totalmente interdependentes e nos quais um não funciona sem o outro.

Se pensarmos na definição de cadeia produtiva de Albagli e Brito (2003), em que os produtos passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos, incluindo desde as matérias-primas, máquinas e equipamentos, produtos intermediários até os finais, sua distribuição e comercialização, podemos considerar a atividade turística como um elo da cadeia produtiva, por fazer parte da comercialização da produção. Dall'Acqua (2003, p 82) complementa esta idéia ao afirmar que “ Cadeias produtivas são, assim, formadas pelas ligações inter-setoriais; e, a maior importância de seu efeito será função da riqueza do conjunto dessas relações”. Pires (2001) distingue

dois níveis de cadeias, a cadeia principal, onde as atividades são diretamente vinculadas ao objetivo central da cadeia e as cadeias auxiliares, que realizam atividades de suporte e são indiretamente ligadas ao objetivo central da cadeia principal. A atividade turística se enquadra no segundo caso nas regiões de APLs com funções agrícolas e industriais. Segundo Havas (1981, p 16):

...a expansão das atividades turísticas gerará demanda crescente por produtos agrícolas, mobiliário, transporte, construção civil. Na medida em que a economia da área em estudo for suficientemente diversificada, esses produtos poderão ser obtidos, em grande parte, localmente, elevando o número de empregos, gerando mais renda para empresários e empregados nesses setores e elevando a receita tributária municipal, tanto no que se refere a impostos e taxas locais, quanto em termos de participação nos impostos federais e estaduais.

Beni (2003) afirma que os investimentos públicos em instituições especializadas, programas educacionais, agências e cooperativas de desenvolvimento regional, de informação, feiras e exposições, e outras modalidades que beneficiam o aglomerado são estimulados pela quantidade e visibilidade dos participantes do cluster e pelo número de empresas e produtores sujeitos aos benefícios dos “extravasamentos” desses investimentos. Outros bens quase públicos disponíveis para os participantes do aglomerado surgem com subprodutos da competição.

O turismo também contribui para casos de inversão da economia, como no circuito das malhas, onde no período de baixa produção do APL, o turismo se torna a principal atividade econômica. Neste caso, a flexibilidade no sistema permite rapidamente que a economia local se adapte à mutação dos mercados de cada setor e permite lidar com as incertezas referentes ao mercado.

Algumas aglomerações têm utilizado as indicações geográficas como forma de alavancar a produção, que caracteriza um produto que se torna conhecido por uma característica diferenciada, por ser produzido em determinada região ou território específico, com tradição para na produção deste produto. Isso leva o consumidor a ter vontade de conhecer o local de produção e promove o turismo, e conseqüentemente a aglomeração pelo aumento da produção para atender a demanda turística. A importância das indicações de origem levou países a se destacar no mercado mundial. As indicações de origem têm suas raízes consolidadas na Europa, mas germinam no Brasil (GONÇALVES, 2008), onde existem 4 casos de IG's a serem tratados no capítulo 4, mas existem várias aglomerações com potenciais de recebê-las.

No mundo, historicamente, produtos são rotulados e distinguidos desde os primórdios da era Romana e também existem relatos que remontam ao século 4 a.C

(CRUZ, 2008). Como exemplo, temos a França, que desde 1905 protege as indicações geográficas e possui cerca de: 470 indicações geográficas para vinhos; 43 para produtos lácteos e 90 de outros alimentos (aves, presuntos, nozes). Os maiores exemplos mundiais são o *Champagne*, os vinhos tintos de *Bordeaux*, os queijos das regiões de *Roquefort*, *Comté*, *Cantal* e *Camabert*, o *Cognac* na França; o vinho da região do Porto e o queijo da Serra da Estrela em Portugal; O presunto de Parma e os queijos Parmesão e Grana Padano na Itália; Café da Colômbia, Pisco do Peru; Tequila e Café Vera Cruz (México), Café Blue Mountain (Jamaica), Café de Antigua (Guatemala) e os famosos charutos de Cuba (CRUZ, 2008).

No que se refere às ações de promoção do turismo, Voisin (2004) afirma que a comunicação assume lugar nesse percurso, visto o acirramento da concorrência entre as destinações turísticas, provocado pela revalorização dos atributos naturais e culturais de cidades e sítios, que se somam às listas cada vez mais extensas dos locais de turismo. Ainda para este autor, as ações de promoção e difusão se impõem como condição de êxito da localidade, e acrescentamos neste contexto o êxito com estratégia de inserção competitiva dos APLs. Há que se investir na imagem, encontrar as singularidades, as vantagens, a “diferença” - a marca distintiva do lugar que o faz especialmente atrativo.

Os estudos desses atributos naturais, dos ativos e recursos específicos dessas aglomerações, apontam componentes importantes para se estimular o potencial turístico do local, a competitividade territorial e a capacidade de geração de emprego e renda. Desse modo, o marketing em particular e a comunicação turística em geral ganham relevo (VOISIN, 2004), promovendo as cidades como atrativas para os turistas, que por sua vez consumirão os produtos fabricados nas aglomerações locais, contribuindo para um aumento da produção.

A partir dessas observações, pretende-se compreender os mecanismos embutidos na formação dessas aglomerações turísticas, os ativos e recursos que possuem, e a capacidade de pô-los em marcha como atrativo local. Para isto é preciso diferenciar as aglomerações que se formam a partir de recursos naturais oferecidos pelo território, daquelas que se formam a partir de recursos históricos e econômicos, uma vez que o turismo pode ocorrer de várias formas. Para Silveira (2005), a configuração de *clusters* de turismo enquanto estratégia de desenvolvimento local em países e regiões que desejam fomentar a atividade pode constituir-se uma alternativa viável na medida em que a mesma pode facilitar a integração das políticas públicas, a articulação dos diversos agentes e atores sociais envolvidos no processo de incremento do turismo, o

estímulo à cooperação e à formação de parcerias, enfim, a articulação de ações e esforços no âmbito local.

Silveira (2005) chama a atenção para a emergência de uma nova modalidade de ação coletiva que são denominadas por García Macías de “redes locais de cooperação ou redes sociais”, que se configuram a partir das relações sociais cotidianas estabelecidas no âmbito local ou comunitário, tal como a amizade, o parentesco familiar, a convivência em associações comunitárias, escolas, etc., além da solidariedade e da ajuda mútua entre as pessoas que habitam uma mesma comunidade ou localidade. Segundo Amin e Robins (1994), a flexibilidade do sistema econômico permite o compartilhamento de conhecimentos e recursos, criando as redes de solidariedade descritas por Garcia Macias. Para Silveira (2005), a identificação ou o fomento à construção de redes locais de cooperação, pode constituir uma estratégia adequada para viabilizar alianças estratégicas e atingir objetivos comuns em prol do desenvolvimento local. Segundo Silva (2004), a organização turística é o fator fundamental para a criação e o fortalecimento das redes de cooperação e coordenação entre os agentes que participam do agrupamento.

3.3 - Planejamento dos APLs relacionados com o turismo

O planejamento é essencial para o funcionamento do sistema e manutenção do turismo com os setores produtivos interdependentes. Segundo Barros (2005), a política para o setor turístico deve estabelecer diretrizes de disposição, planejamento, promoção e controle da atividade pelo poder público, com uma política especializada (micro-política).

Segundo Dall’Acqua (2003, p 25):

O planejamento, por sua vez, impõe uma necessária delimitação geográfica do espaço, ou, ainda, uma espacialização da produção econômica que possibilite identificar padrões, elaborar diagnósticos, reconhecer a realidade e, a partir de tendências e potencialidades, traçar uma visão de futuro.

Silva (2006 b, p 92) complementa ao afirmar que o planejamento “constitui-se como uma ferramenta institucional e processual que, bem usada, permite ordenar o território em diversas escalas: micro, meso e macro”. Rodrigues Junior (2004) mostra que a administração da atividade turística apresenta enormes desafios, pois sua produção é baseada na prestação de serviços, intangíveis na maioria das vezes, que não podem ser estocados, possuem alto grau de contato com o consumidor, não podem ser transportados e é difícil julgar sua qualidade. Essas dificuldades se transformam em um

enorme desafio para os planejadores da atividade, e apesar de todas as potencialidades existentes necessitando ser exploradas, o crescimento da atividade turística exige planejamento, a capacitação, a formação profissional e do empreendedor dinâmico, inovador, competitivo e cooperativo (RODRIGUES JUNIOR, 2004).

Segundo Barros (2005), a competitividade das destinações turísticas passa, necessariamente, pelo processo de melhoria nas políticas de gestão e nas ferramentas de tomada de decisão e a existência de atrativos turísticos não é mais suficiente para garantir o seu sucesso. Segundo Beni (1997), o planejamento deve conter três pontos essenciais e distintos, objetivos, definição de curso de ação e determinação da necessidade dos recursos. Para este autor, o planejamento regional do turismo é “um conjunto de pólos de desenvolvimento turísticos hierarquizados, unidos por uma infraestrutura comum que, em sua totalidade, contribuem para dinamizar o desenvolvimento econômico e social de extensas partes do território nacional”. Segundo Dall’Acqua (2003), o planejamento deve se basear em demandas reais e buscar a máxima sinergia entre os projetos.

Benevides (1997, p 36) complementa:

O planejamento ocorre para estabelecer as articulações entre as áreas emissoras (grandes aglomerados urbano-industriais) e núcleos receptores (áreas turísticas de base tradicional-artesanal), como pólo para excursionistas e turistas de fins de semanas, para pequenas estadias de turistas destinados aos núcleos receptores de massa e para maior permanência de turistas alternativos.

Segundo Lage e Milone (1996), o conhecimento dos agregados turísticos é importante para realização de inventário da oferta turística e planejamento, exigindo a identificação e classificação para proceder uma avaliação que leve a um plano de desenvolvimento. Segundo Dall’Acqua (2003, p 121), “como é impossível saber com precisão o que o futuro reserva, a boa decisão é aquela que funcione bem em vários futuros possíveis”. Segundo Mamberti e Braga (2004):

O papel do poder público na organização e planejamento da atividade turística representa peça fundamental para o desenvolvimento do setor tendo como princípio a defesa dos interesses públicos. A sua gestão deve ter como objetivo a integração econômica e social, além de agir no sentido de impedir e controlar o que PEREIRA (1999) denomina como "efeitos perversos do turismo", dos quais destaca a desqualificação dos empregos, que freqüentemente encontram-se ligados ao setor informal e sofrem precariedades como a sazonalidade; a aculturação; impactos ambientais excessivamente predatórios; processo inflacionário pelo aquecimento de demanda; evasão de divisas; e a ausência de legislação adequada que impeça o uso especulativo do solo turístico.

Ao analisar as políticas para o setor, Barros (2005, p 143) apresenta sete eixos fundamentais para a elaboração de políticas e programas:

- I. **Infra-estrutura básica e turística** – melhorar a qualidade de vida e as instalações das destinações receptoras; ampliar e melhorar a infra-estrutura turística; criar condições para a instalação de equipamentos turísticos; facilitar o acesso do fluxo de turistas; e equilibrar o desenvolvimento das regiões;
- II. **Fomento da atividade turística** – ampliar o mercado interno; captar investimentos para o local; facilitar o acesso ao crédito incentivando os negócios; e gerar novos postos de trabalho;
- III. **Promoção do turismo** – promover um número maior de produtos de qualidade; promover a diversidade cultural e local; promover os diferentes destinos; intensificar a promoção dos destinos nos centros emissores internacionais;
- IV. **Qualificação profissional para o turismo** – promover a capacitação, qualificação e re-qualificação das pessoas que trabalham com o turismo, tanto do setor privado como do setor público;
- V. **Legislação e regulamentação da atividade** – formular leis específicas para o turismo; regulamentar as atividades turísticas e definir legislação aplicada às atividades turísticas; estabelecer padrões, normas e regulamentos, em parceria com as entidades representativas do setor e orientar a melhoria da qualidade e segurança dos serviços prestados ao consumidor final;
- VI. **Organização do turismo** - estruturar, organizar e diversificar a oferta turística levando em conta as necessidades da demanda e da comunidade local;
- VII. **Gestão do turismo** – integrar os Governos, em todos os níveis (federal, estadual e municipal), integrar os setores público e privado e demais instituições; monitorar e avaliar o resultado das ações na área de turismo e participar de discussões internacionais na área de turismo.

Por ser uma indústria vasta e complexa, o turismo deve ter suas principais metas de crescimento programadas e elaboradas por um plano econômico, com metas a serem atingidas. Segundo Rodrigues Junior (2004), para se manter um, alto nível de competitividade, a diversificação no mundo globalizado exige uma busca permanente por inovações, invenções e estímulo ao desenvolvimento de atrativos. A degradação do meio ambiente é uma das manifestações da ineficiência da alocação de recursos, decorrente de mau planejamento da atividade em determinado local. O produto turístico competitivo depende da capacidade de inovação e qualidade da oferta, por isso a importância do planejamento. Segundo Silva (2004, p 319-320), usando Ivars (2003), os critérios para a delimitação das regiões turísticas são:

- a região deve ter um conjunto de características culturais, físicas e sociais que gerem uma identidade regional;
- deve haver uma adequada infra-estrutura turística e oferta de serviços para permitir o desenvolvimento turístico e satisfazer as necessidades dos turistas;
- a região deve ser maior que um destino ou uma única atração;
- a região deve possuir os atrativos suficientes para atrair turistas atual ou potencialmente;
- a região tem que ter a capacidade de criar uma agência de desenvolvimento e ações promocionais para fortalecer o desenvolvimento turístico;
- a região deve ser acessível para uma massa populacional importante.

Para Mamberti e Braga (2004), o turismo deve ser planejado tentando encontrar equilíbrio entre a eficiência do crescimento econômico, igualdade na distribuição social dos recursos e respeitando as limitações ambientais. Por isso, um planejamento da atividade de modo a minimizar os impactos, não só no meio ambiente, mas também sobre a cultura e o patrimônio local é essencial para o desenvolvimento da atividade, e possibilitar a colaboração do turismo no desenvolvimento local.

Uma política de investimento em capital físico ou em infra-estrutura, segundo Amaral Filho, é importante para uma economia ou região pelo fato de criar condições favoráveis à formação de aglomerações de atividades mercantis, criando externalidades para o capital privado, a exemplo de redução dos custos de transação, de produção e de transporte, de acesso a mercados, etc. Entretanto, por si só, na análise do autor, ela não é suficiente para criar um processo dinâmico de endogeneização do excedente econômico local e para atrair excedentes de outras regiões, dessa forma gerando a ampliação das atividades econômicas, da renda e do emprego.

(SILVA, 2004, p 187)

Desta maneira, o planejamento da atividade vai além da adequação da infraestrutura existente. Para a elaboração do planejamento, Pinhão e Trevisan (2005, p 122) alertam que:

A identificação da imagem que a comunidade tem sobre seu local, e o envolvimento responsável da comunidade torna-se imprescindíveis para o planejamento turístico sustentável, aquele que garante a conservação do patrimônio cultural e natural. Sem esse domínio, os setores público e privado que planejam e investem no empreendimento turístico correm o risco de entrarem em confronto com a imagem da comunidade sobre o local, refletindo-se em conflitos sociais e insucesso no empreendimento turístico.

Para identificar essa imagem é necessário conhecimento. Segundo Silva (2004, p 78):

O conhecimento de um bem público, portanto apresenta simultaneamente as características da não rivalidade – o seu consumo por um agente não afeta a quantidade disponível para os outros agentes, e da não exclusão – nenhum agente pode excluir os demais de consumi-lo ao mesmo tempo.

A característica da não rivalidade associada ao conhecimento, o torna uma potencial fonte de rendimentos crescentes à escala e de crescimento *per capita*.

Por isso, todos os participantes precisam ser consultados e imbuídos de poder para tomarem decisões na área de turismo, e também precisam estar informados sobre questões de desenvolvimento sustentável, pois há freqüentes conflitos de interesse sobre o uso de recursos, o que significa que na prática pode ser necessário abrir mão de vantagens e estabelecer compromissos (BENI, 2003). Para Silva (2004), o conhecimento de fato atua como motor do desenvolvimento pressupõe-se a difusão e disseminação do seu domínio e uso. Para isso, o conceito de governança se torna

importante na organização da atividade turística e na suas inter-relações com outros setores produtivos. Segundo Guimarães e Martin (apud DALL'ACQUA, 2003), este conceito se refere à coordenação entre atores interdependentes, de forma a lidar com as questões de ação coletiva e da cooperação.

Segundo Benko (2002), a governança trata de todas as formas de regulação que não são mercantis, nem estatais, sendo a sociedade civil e a sociedade política local os notáveis. Ainda segundo este autor, a governança trata de formas de conduta de uma organização humana. Fuini (2007) complementa que a governança vai além de uma simples forma de organização inter-empresarial, concebida por relações mercantis, passando a caracterizar modalidades de coordenação econômicas mais complexas que abarcam instituições, convenções, registros de ação e formas de incerteza, definindo assim, um tipo de regulação misto entre política e economia.

A governança é extremamente importante para o bom funcionamento entre os setores interdependentes, para a elaboração de projetos e estratégias de comum interesse entre os diversos atores, unindo o setor turístico, os setores produtivos interdependentes, as esferas governamentais e associações patronais e de trabalhadores, levando em conta as peculiaridades locais e os problemas de cada ator, permitindo a melhor organização do território. Desta governança devem participar os principais atores que atuam e exercem influência nas dinâmicas econômico-territoriais locais e cujas sinergias e vínculos permitem a construção de instituições e organizações.

Se não houver uma governança que estabeleça as diretrizes da economia da região, os setores público e privado ficam presos em ciclos que os impedem de exercer suas habilidades de construir uma visão compartilhada para desenvolver a competitividade sustentável (DALL'ACQUA, 2003). A territorialização das políticas de desenvolvimento propiciadas neste caso incorporam ao menos duas dimensões, a espacialidade da produção e sua articulação em rede com os agentes político-institucionais. A afirmação a seguir, de Dall'Acqua (2003, p 119) mostra como se deve dar a governança:

Uma visão estratégica de longo prazo – com a elaboração de cenários macroeconômicos regionalizados, quadros prospectivos de atividades econômicas potenciais, avaliação de potencialidades, vulnerabilidades, oportunidades e ameaças, e estudos setoriais e regionais de mercado, tanto intra-região (desempenho econômico, desenvolvimento humano, pressão antrópica e desenvolvimento integrado) quanto região/país (conflitos e desarmonias, indicadores econômicos, demográficos e sociais) é um dos elos necessários para construir uma política consistente de eficiência e competitividade e desenvolvimento.

No âmbito do desenvolvimento territorial, há a necessidade da existência de instituições locais públicas e privadas que atuem, em conjunto, para dar suporte ao desenvolvimento dos APLs, com políticas que englobem, por exemplo, treinamento conjunto de mão de obra, concessão de crédito, incentivos à inovação, despesas conjunta em marketing, promoção de feiras etc. É necessário incentivar a criação de empreendimentos de pequeno porte e ajudá-los a sair da informalidade, proporcionando-lhes condições de acesso a uma competitividade genuína, baseada nos conhecimentos, na organização, na escolha de nichos de mercado, na especialização, na flexibilidade e no atendimento dos clientes (IPEA, 2004).

As políticas públicas devem cuidar dos aspectos de socialização e consciência de cidadania de seus membros, incluindo noções de responsabilidade, compromisso, participação e consciência coletiva (Dall'Acqua, 2003). É nesse sentido que a cooperação nos pequenos negócios é essencial. Segundo Freires (2005, p 6)

A interação e a cooperação constituem-se no caminho mais curto para a criação de projetos eficazes e na verdadeira utilização dos conhecimentos tácitos nos níveis local e regional, exatamente por reunir atores que têm um conhecimento detalhado da sua área, e estes são capazes de identificar os pontos fortes e fracos das suas localidades. Além disso, a cooperação incorpora a subsidiariedade e proporciona um sentimento de propriedade conjunta do projeto.

Segundo Fuini (2008), os diversos formatos de governança territorial situados em setores econômicos e em contextos político-institucionais diferenciados, se manifestam, na literatura econômico-geográfica recente, bem como na configuração da paisagem econômica nos Arranjos produtivos locais e os Circuitos Turísticos.

Ainda segundo este autor, os Circuitos Turísticos não são muito diferentes dos APLs, pois são compostos por municípios próximos entre si, que se associam em função de interesses e possibilidades de explorar turisticamente seus respectivos patrimônios históricos, culturais e naturais, assim como outros bens afins. É indispensável que pelo menos um desses municípios disponha da infra-estrutura necessária para receber turistas, de modo que estes, a partir dali, possam desfrutar os atrativos dos demais. Estes circuitos surgem como formato específico da atividade turística, levando em conta os atributos físico-geográficos, econômicos e sócio-culturais de uma área através de um panorama integrado e sistêmico, enfim, a idéia de um circuito. As prefeituras locais podem exercer papel ativo como atores institucionais locais para o favorecimento da competitividade através do provimento de infra-estrutura para o provimento de feiras que divulguem a localidade e sua produção como atrativo turístico (turismo de

compras), na negociação com outras esferas de governo para a obtenção de melhorias locais e benefícios fiscais para produtores, auxílio na divulgação e marketing do comércio local.

Segundo Santos e Silveira (2001), o circuito se caracteriza pelo movimento de trocas e fluxos de bens e serviços entre lugares especializados pela segmentação territorial das etapas do trabalho em áreas não necessariamente contíguas. Segundo Fuini (2007), este movimento não é apenas material, mas envolve fluxos de informações e ordens que caracterizam os círculos de cooperação como dimensão regulatória de um circuito produtivo.

Alguns APLs tem usado esta estratégia de criação de circuitos turísticos como forma de estimular a produção, usando os circuitos como estratégia de divulgação dos produtos, bem como para atrair turistas que possam consumir a produção. O produto destes APLs acaba se tornando o produto turístico da região. Neste casos se enquadram no Estado de São Paulo o Circuito das Águas que se integra com Circuito das Malhas Mineiro (esta integração forma o que chamamos neste trabalho de território da produção de malhas) e o Circuito das Frutas.

Estas questões se tornam relevantes à medida que ampliam o desenvolvimento do setor, direcionando investimentos em infra-estrutura e acessibilidade ao serviço, que aumentam as opções para o turista. Nos casos de regiões com, aglomerações produtivas, a promoção do turismo pode se ocorrer pela divulgação do produto através de IGs ou eventos que estimulem o turista a conhecer a região produtora. A infra-estrutura gerada pelo fomento ao turismo, como melhorias de rodovias, construção de vias de acesso, etc, beneficiam a produção permitindo o escoamento mais rápido da produção para outras regiões, além dos benefícios que são gerados para a população, com melhoria da infra-estrutura básica. A organização do turismo deve ocorrer em integração com essas aglomerações, de forma a estimular a interação do setor produtivo e o setor produtivo, e de forma que os efeitos multiplicadores atinjam todos os atores envolvidos na questão.

Segundo Lage e Milone (1996), temos inúmeros objetivos de um planejamento turístico:

- I) Assegurar que os tipos de estratégias de desenvolvimento adotados nos locais de recreação e sejam apropriados aos propósitos das zonas turísticas;
- II) Estabelecer um programa de desenvolvimento turístico congruente coma filosofia cultural, social e econômica do governo e da população do local visitado;
- III) Criar uma infra-estrutura e proporcionar instalações recreativas adequadas para os visitantes e os residentes da localidade turística;

IV) Proporcionar uma estrutura ideal para levar o nível de vida da população mediante os benefícios econômicos do turismo. (LAGE & MILONE, p 107-108)

Em nível global, os principais requisitos para realização do planejamento econômico e atingir o desenvolvimento turístico são:

1. Investigar a demanda turística e suas tendências, ou seja, efetuar um estudo minucioso do mercado turístico;
2. Avaliar os atrativos reais e potenciais da área turística a ser promovida ou reformulada.

(LAGE & MILONE, 1996, p 108)

Ainda segundo Lage e Milone (1996), existem obstáculos internos (que se referem aos principais fatores que influenciam a demanda, tais como preços, renda dos consumidores, publicidade) e obstáculos externos (que se referem a fatores cuja inexistência impede o desenvolvimento da atividade, tais como rotas de acesso, alojamentos, infra-estrutura e investimentos). As externalidades nesta atividade econômica provêm de diversas áreas, surgindo dos efeitos dos comportamentos de pessoas, empresas e instituições, que alteram as condições de reprodução de seu meio.

Segundo Porter (1999, p 186), “a composição e a natureza do mercado doméstico em geral exercem um efeito desproporcionalmente elevado sobre como as empresas percebem, respondem e interpretam às necessidades dos compradores”. O mercado depende de políticas econômicas formuladas pelo governo, e de outros setores da economia que estão associados, que podem entrar em crise e atingir o setor turístico, como o transporte aéreo no Brasil, que passa por grave crise. Porter (1999) complementa que os países ganham vantagem competitiva quando compradores exigentes pressionam para inovar com maior rapidez, exigindo maior qualidade dos produtos e serviços.

Existe, então, a necessidade de uma Organização Nacional do turismo para recolher informações sobre as varias regiões, oferta turística e mercado, que decida sobre a realização de previsões como tipo, tamanho e estrutura da demanda, além de decidir e resolver sobre os problemas econômicos, como “o que?”, “como?” e “para quem produzir?”, questões básicas para o funcionamento de qualquer atividade econômica. Segundo Lage e Milone (1996), as suas principais funções devem ser regulamentais, consultoras e promocionais e suas responsabilidades primordiais devem ser: a investigação, a informação, a regulamentação, o controle a publicidade, a solução de problemas técnicos e jurídicos, as relações internacionais, a criação de áreas turísticas, a promoção e a política turística. No Brasil, essas funções são de

responsabilidade da Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR. Segundo Ruschmann (1997, p. 10), o *marketing* e o planejamento turístico são necessários para a formatação do produto.

O planejamento é fundamental e indispensável para o desenvolvimento turístico equilibrado e em harmonia com os recursos físicos, culturais e sociais das regiões receptoras, evitando, assim, que o turismo destrua as bases que o fazem existir.

(RUSCHMAN, 1997, p 10)

Segundo Beni (2003), o planejamento do marketing estratégico visa definir, para cada *micro-cluster* de cada *cluster*, três elementos:

- o portfólio de negócios;
- as estratégias de mercado;
- as estratégias de marketing.

Beni (2003) afirma que o planejamento do marketing estratégico “deve constituir o programa direcionador do desenvolvimento tanto para o setor público quanto para o privado, e suas diretrizes devem abranger todos os elementos e áreas envolvidos”, e deve integrar no nível regional (e até dos países compreendidos), um plano geral (marketstrat) que estabeleça o seguinte conteúdo:

- os *clusters* que compõem ou comporão a destinação.
- os mercados e segmentos estratégicos nos quais cada cluster deve concentrar seus esforços competitivos.
- as estratégias competitivas e de crescimento de cada cluster.
- os produtos prioritários a serem desenvolvidos em cada cluster.
- a ordenação física do território de cada cluster e suas etapas ou planos de ação de desenvolvimento.
- o modelo de gestão turística do cluster.
- o plano de competitividade de cada cluster e seus microclusters.

Para Beni (2003), Se o Marketstrat for executado desta forma, trará os seguintes benefícios:

- para as empresas de turismo: um conhecimento detalhado da ação de marketing do setor público e, conseqüentemente, a possibilidade de planejar melhor seus esforços de marketing de forma coordenada com o cluster e a região;
- para os clusters: um plano de ação coerente com o planejamento regional e a possibilidade de coordenar melhor suas atividades com as de outros órgãos envolvidos;
- para o governo: um guia prático para orientar toda a ação de marketing de forma coerente e rentável;
- para a região: mais benefícios derivados da atividade de Turismo sustentável.

Definido o planejamento do marketing estratégico, as autoridades devem concentrar seus esforços na criação de um entorno competitivo, o qual deverá constituir a base da política turística, que trará os seguintes benefícios:

para o setor privado: a descoberta nele de uma definição clara de decisão política e um programa bem preciso e objetivo de apoio a determinados investimentos;

para o setor público em parceria com a iniciativa privada: um guia prático para seus empreendimentos e gestão em importantes aspectos do Sistema de Turismo (tais como educação, infra-estrutura, urbanismo e outros);

que disporá assim, de uma definição precisa de suas políticas de atuação e de um programa de coordenação de todas suas políticas nos diferentes níveis da administração, com critérios específicos e coerentes.

(Beni, 2003).

Segundo Beni (2003 b), a falta de capital para o planejamento resulta numa rigidez e solidificação das estruturas, o que se deve aos riscos estruturais do setor, relativas à flutuação de demanda e outros riscos exógenos, o que leva as instituições financeiras a estudarem novas formas de financiamento.

4 – Turismo e APLs no Brasil: especificidades e interdependências

4.1 - O turismo no Brasil

Atualmente, o setor de Turismo vem aumentando cada vez mais sua participação no PIB e na geração de empregos, se destacando como o quinto principal produto na geração de divisas em moeda estrangeira para o Brasil, disputando a quarta posição com a exportação de automóveis (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2007) e perdendo apenas para a soja, do minério de ferro, de carros e aviões (BARROS, 2005). Em 2006, as empresas do setor registraram um faturamento de R\$ 29,6 bilhões, o que representa um crescimento de 29% em relação a 2005 (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2007), o que representa 3,5% do PIB Nacional (BARROS, 2005). No mesmo período, o País recebeu um número recorde de visitantes, que aqui gastaram US\$ 4,3 bilhões. Já o número de desembarques nos aeroportos brasileiros cresceu 7% em relação a 2005 (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2007).

A previsão da OMT é que o Brasil atrairá 14 milhões de turistas estrangeiros em 2020, crescendo a um ritmo médio de 5,2% ao ano desde 2000. Com base na linha de tendência de crescimento histórico 1987 - 2003, a projeção para 2020 seria somente 9 milhões de turistas, crescendo a um ritmo médio de 4,8% desde 2003. Embora o crescimento do turismo seja desejável, um crescimento desordenado pode ter impactos negativos que acabam por ruir o capital natural e sócio-cultural que são os fundamentos da atratividade de um destino (ECOBRAZIL, 2007). Cruz (2001), porém, alerta que os desmandos estatísticos são comuns no setor turístico, mas que não pode se questionar a capacidade de mudar a organização sócio-espacial dos núcleos receptores, aos quais impõe sua lógica, implanta novos objetos e incorpora os preexistentes. Barros (2005, p 15), ao citar Moretto, complementa que:

...mesmo com essa ascensão, o desenvolvimento do turismo continua tímido no Brasil, ocupando posição periférica na economia mundial, tanto no que tange a entrada de turistas estrangeiros no país, quanto no fluxo de turistas internos ou no movimento econômico gerado.

Em meio a essas análises, alguns estudos das atividades turísticas têm mostrado bons resultados para o comércio das localidades de recepção dos turistas, mas a infraestrutura brasileira pode ser um obstáculo para o crescimento do setor. Apesar disso, a potencialidade para o turismo de alguns municípios que se encontram com suas economias combalidas, parece esbarrar na burocracia, no desconhecimento e na falta de

interesse em mudar a realidade (CASTRO, 2005). Segundo Barros (2005) isso se deve a vários aspectos: uma centralização das políticas na esfera federal; a fragmentação institucional, com o crescimento do setor estatal ocorrendo de maneira desordenada, com sobreposição de novas agências às já existentes, sem se estabelecer uma coordenação de ações de diversos órgãos; o caráter setorial com a disseminação crescente de estruturas especializadas em cada área de atuação do governo, com as políticas sociais se desenvolvendo de maneira independente das demais e sem nenhuma integração; e por fim, a exclusão da sociedade civil na formulação de políticas públicas. Nesse cenário institucional, as iniciativas locais de desenvolvimento ainda são poucas, geralmente de iniciativa da esfera de governo local, que tem dificuldades de conseguir apoio das esferas superiores e implantar as estruturas necessárias devido a estas situações apresentadas. Uma política somente para o setor turístico não atende todas as necessidades do desenvolvimento da atividade, que deve ser integrada com as políticas de saúde, habitação, saneamento, para que possa ocorrer um desenvolvimento de forma sustentável. Nesse sentido a síntese dos problemas descritos por Silva (2006 b, p 231) aponta que:

Vislumbrando a possibilidade de aumento na arrecadação de impostos, de criação de empregos e transferência de renda, pequenos e médios municípios, às vezes sem atratividade nenhuma, incorporam ao discurso político a necessidade do desenvolvimento do Turismo. Dessa maneira, os investimentos em infra-estrutura, saneamento básico e transporte, por exemplo, são direcionados às necessidades dos turistas e não às da comunidade, de modo que se governa e se legisla, muitas vezes, sem levar em conta aquele que vive o cotidiano.

Casos mais graves ocorrem quando, por questões meramente políticas, municípios são transformados em cidades turísticas ou estâncias turísticas, com o objetivo único de atrair repasses de impostos dos níveis estadual e federal, ou outros tipos de benefícios previstos na legislação, sem estudos técnicos e científicos que demonstrem a real atratividade ou mesmo reconhecimento pelo mercado do potencial turístico. Registram-se, hoje, no Brasil, diversos casos de municípios onde não há sinais de fluxo turístico ou mesmo de potencialidade turística, mas que são classificados e denominados como turísticos.

Em meio a esses problemas, convém também ressaltar que existem demandas de vários níveis, do local até o mundial e os fluxos criados interferem na articulação da atividade econômica, podendo provocar alterações na sua demanda.

4.2 - A relação do setor turístico com APLs, os circuitos espaciais e os eventos

4.2.1 – A relação do setor turístico e o s APLs

No Brasil, a tentativa de formação de *clusters* de turismo já pode ser observada em algumas regiões do país, como é o caso do Nordeste, onde a exploração do turismo de sol e praia é predominante – Estados da Bahia, Ceará e Pernambuco; e de localidades do Sul, Sudeste e Centro-Oeste. Entretanto, o turismo como um setor da economia regional que se organiza na forma institucional-territorial dos Arranjos Produtivos Locais é um tema pouco discutido na literatura, o que justifica uma pesquisa que mostre como este processo ocorre no território e, alterando a estratégia para divulgação e venda da produção.

No Brasil, a exploração de patrimônios naturais e sócio-culturais para a implementação de atividades turísticas tem se demonstrado demasiadamente voraz e efêmera. Nestes ambientes a formação de *clusters* tem se mostrado mais eficaz, como os casos de Bonito, Brotas e na Amazônia, que mais se aproximam do modelo proposto por Barbosa e Zamboni (2000). Silva (2004, p 453-454) complementa a idéia destes autores com a seguinte análise:

No Brasil, as iniciativas mais exitosas de formação de um cluster em torno do turismo, parecem ter sido ou estar sendo as experiências da Serra Gaúcha, com centro em Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul, e de Bonito, no Mato Grosso do Sul. No caso de Bonito, analisando o estudo realizado por Barbosa e Zamboni (2000), se percebe alguns elementos de importante influência para o sucesso, mesmo que relativo, desta iniciativa:

- a homogeneidade da área física;
- a delimitação geográfica da área de abrangência do cluster;
- a homogeneidade dos atrativos turísticos, baseado em recursos naturais;
- a existência de um mercado relacionado com tais atrativos, bem definido quanto à motivação principal dos visitantes, o qual, apesar de apresentar-se com alguma variação em termos de segmento, tem como ponto comum a ênfase ao “turismo de natureza sustentável”.

- a utilização do termo “turismo de natureza sustentável”, para designar a tipologia de atrativos locais agrupados em três modalidades: “ecoturismo”, “turismo de aventura e especializado” e “turismo de lazer”.

Segundo Barbosa e Zamboni (2000), no caso da Amazônia, apesar da pujança de seus atrativos naturais, a dispersão dos pólos de turismo em uma área correspondente a 45% do território nacional, que abrange sete estados da Federação, não contribui para o desenvolvimento de estratégias nas quais a complementaridade das ações a serem desenvolvidas permita ganhos importantes de externalidades ou mesmo favoreçam ações coletivas. Isso não significa que a região não apresente condições para uma

exploração sustentável do ecoturismo, mas sim que, comparativamente à alternativa, seria menos propícia para a análise de um caso de *'cluster'*.

Por outro lado, no Pantanal sul-matogrossense, as áreas compreendidas pelos Municípios de Bonito, Jardim e Bodoquena, apresentam uma série de características naturais que deixam essa região propícia para a formação de um *'cluster'* com base no ecoturismo, tais como a grande quantidade e diversidade de atrativos naturais; a forma de exploração desses atrativos, especialmente os aquáticos, cuja visitação obedece a técnicas de manejo com a preocupação de não se comprometer a sustentabilidade da atividade; o expressivo número de atores cujas ações contribuem para o desenvolvimento sustentável das atividades turísticas; a existência de projetos financiados pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), despertando o interesse de outros investidores; a percepção, por parte das lideranças empresariais locais, da importância da preservação do meio ambiente; a localização estratégica da região, uma das principais portas de entrada do Pantanal Sul Matogrossense; ocupa posição geográfica privilegiada no chamado Corredor Ecoturístico que concentra a maioria dos atrativos ecoturísticos de expressão nacional; a proximidade de São Paulo, principal centro emissor; e por último a perspectiva de implantação de um aeroporto internacional no Município de Bonito.

Para Barbosa e Zamboni (2000), um *'cluster'* em torno do ecoturismo, como é feito em muitas localidades do Brasil, é a interação entre empresas e instituições que deverá possibilitar, especialmente, a otimização no uso das vantagens competitivas naturais de forma sustentável. Uma das dificuldades que se enfrenta é que no Brasil, ainda não há estudos e informações sistematizadas suficientes para caracterizar e dimensionar o mercado ecoturístico. As informações disponíveis sobre produtos ecoturísticos encontram-se pulverizadas em guias e peças publicitárias divulgadas pela mídia e em *'sites'* na Internet e mantidas por agentes dos *'trades'* turísticos e pelas ONGs. Estes autores afirmam que a realização, no Brasil, da ECO 92 e a evidência da questão ambiental criaram, nessa época, um cenário favorável à institucionalização de procedimentos disciplinadores que possibilitaram a formação destes clusters.

Por outro lado, no que diz respeito à dimensão regional e territorial do setor, para Silveira (2005), a regionalização preconizada pelo governo federal pode vir efetivamente contribuir para se por em prática uma estratégia de consolidação do turismo enquanto um vetor de desenvolvimento regional e local, facilitando assim, a execução de ações conjuntas de planejamento e gestão para o setor. Para este autor, a

formação de *clusters* de turismo no Brasil, poderá contribuir não só para melhorar a infra-estrutura das cidades e lugares afastados dos grandes pólos urbano-industriais, como também poderá contribuir para melhor distribuir a atividade econômica pelo território brasileiro como um todo. Mas Barros (2005) alerta para a falta de intersectorialidade, de ação conjunta e integrada, tanto do poder público quanto da iniciativa privada, como outro grande obstáculo que inviabiliza uma atuação eficaz dos órgãos públicos.

Segundo Silva (2006 b, p 285)

Ficou claro que a atividade turística acaba sendo um reflexo direto de valores sociais instituídos, cujas características se manifestam na oferta, na demanda e em sua prática e organização, ocasionando o direcionamento de fluxos turísticos a destinos muitas vezes explorados até o esgotamento, até a finitude do sistema. Essa condição é inerente a qualquer sistema, natural ou social. Isso ficou evidente ao se tratar a atividade turística como um sistema aberto, que realiza trocas constantes de energia e matéria no seu ciclo de desenvolvimento, influenciando os locais onde se realizam ao mesmo tempo em que é por eles influenciado, relação materializada nos arranjos turísticos, na qualidade dos produtos turísticos oferecidos e nas características da demanda, principalmente no perfil do turista.

Ainda segundo Silva (2006 b, p 286):

Entender a localidade receptora a partir de seu sistema ambiental, ou seja, por meio do reconhecimento da importância que o geossistema e os subsistemas sócio-cultural e político-econômico têm para a determinação de suas potencialidades turísticas. Esse enfoque favoreceu o aguçamento da percepção e da crítica quanto aos padrões existentes na atualidade para a implementação do Turismo e as tendências atuais do mercado. Esses conceitos demonstraram-se ser uma opção muito favorável à identificação dos segmentos de mercado atuantes, das tipologias turísticas predominantes e dos produtos turísticos oferecidos pelo trade em uma localidade, ou, mesmo, que podem ser oferecidos caso não haja fluxo turístico. Ao mesmo tempo, favorecem a identificação e análise dos arranjos turísticos construídos para o olhar do turista, as modificações que ocorrem, ao longo do tempo, nas localidades; e os impactos ambientais positivos e negativos que podem ocorrer a partir do surgimento e desenvolvimento da atividade turística.

Silva (2004) alerta, porém, que o planejamento de desenvolvimento do turismo atualmente prevalecente no Brasil, fundamentado na implantação de centros ou pólos turísticos do tipo *resorts* e complexos integrados de entretenimento e turismo, cuja maioria pertence a grupos de investidores nacionais e internacionais que detêm a propriedade do capital empregado nesses empreendimentos. Segundo este autor:

Em tal contexto, pode ocorrer um nível não adequado de envolvimento e integração dos atores sociais das localidades onde eles se implantam, fruto da dicotomia ou complementaridade disfuncional entre os fatores exógenos e os fatores endógenos implicados no crescimento do turismo, do papel desempenhado por cada grupo de fatores e da interação entre os dois grupos, influenciando e determinando o nível e a qualidade do desenvolvimento regional: com inclusão ou com exclusão social; retendo localmente ou exportando os resultados econômicos decorrentes da exploração da atividade

turística; propiciando a conservação e preservação dos recursos ambientais de base, naturais e construídos, numa perspectiva de sustentabilidade, ou comprometendo tais recursos pela exploração massiva e imediatista do turismo, provocando a sua depredação e degradação.

Em meio a esses pólos turísticos, outra situação é referente aos APLs de base produtiva que se integram ao setor turístico como estratégia para fomentar sua produção com aumento das vendas diretamente ao turista atraído ao local da produção. O SEBRAE tem cadastrado quase 350 aglomerados de base produtiva, alguns com baixo nível de articulação interna, outros com nível de eficiência e competitividade semelhante ao de grandes companhias. Importantes instituições e entidades que atuam com micro e pequenas empresas, como o SEBRAE, o BNDES e a FINEP passaram a incentivar essas aglomerações. Diante disso, o Governo Federal incluiu um programa específico no Plano Plurianual e montou um grupo interministerial para coordenar todas as ações federais voltadas para os APLs.

Estes APLs são dos mais diversos ramos de atividades e se encontram em diversas regiões do país, desde as regiões mais desenvolvidas até aquelas mais pobres. Segundo o SEBRAE, cerca de 80% dessas aglomerações concentram-se nos setores de madeira e móveis, confecções, agronegócio e turismo, e outros 20% relacionados à construção civil (extração, beneficiamento de rochas ornamentais, cerâmica estrutural e de revestimentos), setor metal-mecânico e produtos de Alta Tecnologia. Segundo Silva (2006 b, p 284-285):

Como uma atividade socioeconômica contemporânea de grande importância, constatou-se que, no Brasil, o Estado, em todas suas instâncias, aparece como elemento chave no desenvolvimento da atividade, principalmente em áreas cujos padrões de desenvolvimento tradicional, ligados à indústria e agropecuária, não foram incorporados. Na tentativa de direcionar e atrair fluxos turísticos, o Estado acaba por arranjar o território segundo as necessidades dos turistas e os interesses do mercado, através de investimentos em infra-estrutura ou mesmo por legislação favorável à prática de Turismo. Neste processo áreas relegadas e excluídas dos ciclos econômicos, ironicamente, passaram a ter importância turística por possuírem patrimônios naturais e sócio-culturais que, sob o olhar do turista, ganham um novo significado e são assim, incorporados ao mercado, e atraindo investimentos.

É nesse processo de institucionalização para a integração do setor produtivo com o setor turístico, que algumas regiões produtoras estão se articulando em circuitos turísticos. Este termo identifica no Brasil um produto territorializado do setor turístico. Essa nova regionalização é fruto da implementação de um planejamento integral que envolve mais do que um município baseado em uma parceria local para explorar de forma mais eficiente o conjunto patrimonial regional.

Um circuito turístico é composto por municípios próximos entre si, que se associam em função de interesses e possibilidades de explorar turisticamente seus respectivos patrimônios históricos, culturais e naturais, assim como outros bens afins.

Para a elaboração de um C.T., costuma-se elencar fatores locais como: o que se cultiva; principal atividade econômica; fatos em comum na história dos municípios envolvidos; características sócio-culturais e geomorfológicas. Normalmente, o nome do circuito ressalta a identidade regional e remete diretamente a esta característica, que se torna o chamariz do circuito turístico. É indispensável que pelo menos um desses municípios disponha da infra-estrutura necessária para receber turistas, de modo que estes turistas, a partir dali, possam desfrutar os atrativos dos demais. Segundo Fuini (2008, p s/n):

O advento dos Circuitos turísticos no Brasil - enquanto designação setorial específica para os Circuitos espaciais produtivos - tem sua origem vinculada à formação de “pacotes” e “roteiros” pelas agências de turismo reunindo os principais atrativos turísticos de municípios vizinhos. Na França os “Circuitos” recebem a denominação de “Tours”, estimulando a exploração dos potenciais turísticos de certa região por meio do planejamento racional e dotação de infra-estrutura viária, hoteleira, de lazer, etc, aspectos em que o território brasileiro ainda se encontra em defasagem visível.

A formação dos “Circuitos Turísticos” no Brasil tem como base a idéia de organizar as diversas atividades econômicas existentes em uma região através do estímulo turístico, em um complexo integrado dos atrativos locais coordenados por meio das estratégias e diretrizes coletivas. Segundo Grazinoli (2004):

Os circuitos turísticos representam hoje uma grande alternativa para que municípios de pequeno e médio porte possam se organizar e explorar suas belezas naturais e culturais, bem como sua produção agropecuária, artesanal e outros, garantindo desta forma a inclusão social e principalmente uma alternativa para a geração de renda.

O Circuito Turístico é uma forma de inovação de organização social, sem fins lucrativos, de caráter privado, embora conte com a participação dos três níveis de governo: municipal, estadual e federal. Não se trata de uma associação micro-regional de prefeitos. Ele pressupõe o envolvimento do poder público, da iniciativa privada, de organizações não governamentais (ONGs) e de diversos outros agentes que atuam na atividade turística. (Brandão 2002)

Os circuitos turísticos são formados por municípios próximos geograficamente e com potenciais turísticos em comum ou que se completam. Além de facilitar a discussão de assuntos de implantação de projetos, os circuitos têm como objetivo estimular a permanência do turista na região por mais tempo. Os circuitos permitem a regionalização do turismo e fortalecem a ação dos municípios. A multiplicidade de atrativos é grande e precisa ser organizada e mostrada.

A função dos circuitos é a estruturação do conjunto de elementos que formam o sistema turístico (atrativos, equipamentos e serviços, infra-estrutura). Diante da enorme variedade de atrativos oferecidos pelos municípios e regiões, torna-se necessário a organização desses, segundo suas características e peculiaridades. Desta forma é possível também direcionar

seu roteiro a uma demanda específica garantindo a satisfação de seus clientes (turistas).

A idéia da criação de circuitos e roteiros turísticos fez com que municípios se associassem para melhor explorar suas atrações e com isso movimentar sua economia local.

O Circuito Turístico pode ser visto como um meio para se estruturar melhor a atividade turística municipal e regional, para atrair mais turistas à determinada região e estimular sua permanência ali por um tempo maior e, conseqüentemente, o movimento do comércio e dos serviços turísticos (FUINI, 2008). Mas, para que o C.T se estabeleça com sucesso, é necessário que a comunidade participe de maneira ativa e consciente de todo o processo de criação, incluindo a organização e planejamento do C.T., pois é a base local que possui maior conhecimento da região, fator este importantíssimo para o projeto turístico a ser desenvolvido.

Estes circuitos são delimitados a partir de um conjunto de características culturais, físicas e sociais que geram a identidade regional, sendo em alguns casos a identidade regional gerada pela tradição na produção de determinado produto através da aglomeração existente no local. Percebeu-se que a proximidade entre determinados municípios, a despeito de suas afinidades ou diferenças, significava novas possibilidades em relação ao desenvolvimento turístico.

Alguns APLs se aproveitam da idéia de circuitos turísticos como forma de estimular a produção, trazendo o consumidor até o local de sua produção e como forma de divulgação de seus produtos. No âmbito das políticas de desenvolvimento regional no Brasil, este parece ser um dos apelos atuais do governo federal e de alguns Estados e municípios para fortalecimento da coordenação de aglomerados produtivos e a promoção da competitividade e desenvolvimento econômico dos territórios. Esta regionalização em forma de circuitos busca uma maior equidade territorial na distribuição dos benefícios econômicos advindos do turismo, permitindo um maior espraiamento destes benefícios por todo o território.

A atividade turística, como forma de inovação no circuito para aumentar a demanda, e conseqüentemente da produção, se torna elemento básico da competitividade e engloba mudanças sobre a infra-estrutura e sobre a produção. Porém, a competitividade depende de uma boa coordenação das cadeias e complexos produtivos, sendo importante um modelo de governança eficaz para manter a competitividade e ampliá-la. Tal forma de coordenação tende a se fortalecer com a redefinição do papel do Estado e sua crescente descentralização político-administrativa,

potencializando o poder do local como âmbito do desenvolvimento (FUINI, 2007). A inovação da produção também interfere no setor turístico, pois faz com que o turista sempre retorne em busca de novidades.

Santos e Silveira (2001) afirmam que os “Circuitos espaciais de produção”, dentre os quais se colocam os Circuitos Turísticos, surgem quando as aglomerações setoriais, os Arranjos produtivos locais, desenvolvem, no espaço geográfico, redes mais ou menos densas de fluxos de matérias-primas, produtos, informações, que se estruturam em uma escala regional. Ainda segundo estes autores, os “Circuitos Espaciais de produção” podem ser definidos, neste prisma, pelo movimento de trocas e fluxos de bens e serviços entre lugares especializados através da segmentação territorial das etapas do trabalho, em áreas não necessariamente contíguas. Este movimento não é apenas material e envolve também fluxos de informações, ordens, que caracterizam os “círculos de cooperação”, como a dimensão regulatória de um “circuito produtivo”.

Um exemplo da formação destes circuitos turísticos está em Minas Gerais, onde existem atualmente cerca de vinte e nove cadastrados pela Secretaria de Turismo, abarcando uma grande plêiade de setores e atividades e exibindo níveis diferenciados de desenvolvimento tecnológico, integração produtiva, cooperação sócio-institucional e capacidade competitiva (FUINI, 2008). “Os circuitos turísticos mineiros já estão consolidados como modelo de governança regional no Brasil, referenciado pelo Ministério do Turismo”. (fonte: www.turismo.mg.gov.br).

Fuini (2008, p s/n) afirma que tanto os Arranjos produtivos locais quanto os Circuitos turísticos apresentam três elementos essenciais:

- a)* Podem ser complementares tanto do ponto de vista territorial quanto do ponto de organizacional, coexistindo e se auto-reforçando;
- b)* Apresentam uma formalização em termos legais e tem políticas específicas prescritas no âmbito de órgãos federais e estaduais de gestão e planejamento;
- c)* Dependem, para sua efetivação, da densidade institucional existentes em determinados territórios locais e regionais, do nível de articulação dos atores locais cooperando em projetos de desenvolvimento, tanto nos APLs quanto dos Circuitos turísticos, e da capacidade competitiva das cadeias produtivas e dos produtos associados aos contextos territoriais onde se projetam as estruturas de governança potenciais anteriormente mencionadas.

4.2.2 – O setor turístico e os eventos

O turismo de eventos descrito no item 1.3.3 desta dissertação é outra estratégia importante para as aglomerações produtivas. A promoção de eventos divulga a produção, com feiras e eventos na localidade, aumenta o fluxo turístico, e em muitos casos, são promovidas feiras itinerantes pelo país para promover a região. Essa estratégia é muito utilizada nos circuito da frutas e no circuito das malhas. Estes eventos

são capazes de dinamizar e inserir as localidades no mapa turístico, além de permitir o aumento da produção para atender a nova demanda gerada pela promoção que estes eventos fazem dos produtos, gerando empregos no setor produtivo pelo aumento da produção ou no setor turístico para a prestação de serviços ao turista.

Esta estratégia, porém, requer uma boa infra-estrutura para promover os eventos e receber os turistas e gerar os impactos positivos indicados no quadro 1 (Impactos do turismo, p 27), assim como minimizar os impactos negativos descritos neste mesmo quadro pelo aumento do fluxo de pessoas na localidade. Estes eventos, como estratégia de atração do turista, provocam a diversificação da demanda (CRUZ, 2001).

Os eventos não somente são capazes de dinamizar localidades que já recebem fluxos importantes de turistas como podem, inclusive, ser responsáveis pela inserção de novas localidades no mapa turístico nacional. (CRUZ, 2001, p 52)

Para modernizar a malha rodoviária e interligar os pólos existentes, tem sido feitas privatizações para a manutenção das estradas. As concessionárias que ganham a concessão fazem serviços de apoio ao usuário, e atendimento turístico, fornecendo informações através de revistas e panfletos distribuídos em pedágio para divulgar festas, eventos e atrativos turísticos. Além disso, a melhoria desta malha tem por objetivo aumentar o fluxo e permitir a implantação de serviços para o usuário-turista.

Para Beni (2003), a privatização se refere a uma situação econômica em que os principais desenvolvimentos da economia são estimulados por investidores do setor privado, situação clássica na maioria dos países desenvolvidos do mundo. O argumento que a rege é o da sensibilidade (sintonia) ao mercado, entendida como essencial para o desenvolvimento sustentado, que só pode ser conseguida ou conquistada por investidores e empresários diretamente mais envolvidas no próprio mercado. Este autor acredita que o sistema de parceria com a iniciativa privada é o único meio, a curto e médio prazo, para enfrentar a escassez pública de recursos financeiros disponíveis.

Segundo pesquisas, para as empresas organizadoras de eventos, os negócios estão se expandindo (NÚCLEO DE ESTUDOS AVANÇADOS DE HOTELARIA E TURISMO –NEATH – EBAPE - FGV, 2007 a), pois permitem o aumento do fluxo de negócios em eventos. Estes eventos também exercem grande influência no crescimento dos serviços de alimentação e alojamentos. A EMBRATUR é a responsável por diversos eventos que divulgam as localidades, inclusive feiras de produtores das regiões onde há o estímulo ao turismo, sendo um agente de extrema importância na organização

da atividade e na sua interação com o setor produtivo, pois divulga as aglomerações existentes e sua tradição na produção de determinado produto.

Os meios de comunicação (TV, internet, rádio, etc) são uma forma bastante utilizada para a divulgação da produção local e como forma de atrair o turista. A EMBRATUR tem papel de destaque nessa tarefa ao incentivar o turismo nacional e local, com a criação de tarifas especiais e promoções diversas, as facilidades de pagamentos e reduções de preços, a segurança e conforto aos turistas, e como agente da propagação da imagem brasileira no exterior, e a ênfase da divulgação das belezas e atrativos naturais do país.

As difusões de informações de forma rápida propiciada pelas novas tecnologias se constituem no fenômeno fundamental do desenvolvimento e são as principais causas de transformações na produção. Outro fator deve ser a participação da iniciativa privada para atuar como promotora territorial do turismo, o que é feito nas aglomerações através das estratégias aqui citadas, transformando sua produção em produto turístico. Por outro lado, a iniciativa privada deve atuar também na implantação de novas infra-estruturas necessárias ao atendimento ao turista.

No caso da produção rural, atrair o turista ao local de produção pelo turismo rural (descrito no item 1.3.1) é uma estratégia utilizada para aumentar a demanda e gerar ganhos extras, pois o produtor, além de vender sua produção ao turista, ganha ao recebê-lo em sua propriedade. Esta estratégia gera a curiosidade do turista em conhecer os processos utilizados na produção rural, gerando os impactos positivos descritos no quadro 3 (Vantagens e desvantagens do turismo rural, p 22 desta dissertação), mas a falta de planejamento adequado pode gerar os impactos negativos citados neste mesmo quadro. Esta estratégia é importante também para manter os trabalhadores no campo, evitando o êxodo rural pela geração de novas ocupações no meio rural, aumento e diversificação da renda, ocupação de mão-de-obra familiar, interação social e cultural com público de alto nível educacional e aproveitamento de espaços ociosos. Porém, deve contar com os fatores de organização e apoio descritos no quadro 4 (Fatores de organização e apoio às atividades turísticas no meio rural, p 23 desta dissertação): estruturas de apoio em nível local, estruturas externas e consultorias, para que ocorra um planejamento adequado às especificidades do produtor rural.

Os recursos naturais podem também ser utilizados para promover a produção e atrair os turistas. Isso pode ser visto na interação Circuito das Malhas no Estado de Minas Gerais e Circuito das Águas no Estado de São Paulo. Alguns municípios do

circuito das águas paulista são produtores de malhas e fazem parte, portanto, do território da produção de malhas, apesar de no Estado de São Paulo não existir um circuito com tal denominação, apesar do já reconhecido APL das malhas em Socorro. Como estâncias hidrominerais, estes municípios atraem grande fluxo de turistas e como produtora de malhas promovem, além de sua produção, a produção das cidades vizinhas, inclusive dos municípios mineiros próximos. No presente exemplo citado e que será mais detalhado em capítulo posterior, temos também uma aglomeração informal de produção de cachaça, que se aproveita do fluxo turístico para vender sua produção, pois devido a informalidade não conseguem vender seus produtos em localidades distantes. Esta estratégia de utilizar os recursos naturais das estâncias também pode ser utilizada com atrativos históricos, artísticos ou religiosos, que possam atrair o turista para consumir a produção. Estes elementos, além de atrair turistas, atuam como formas eficientes de aumentar a demanda e conseqüentemente a produção.

O turismo é importante também em localidades onde a produção se dá em um determinado período, sendo necessária uma inversão na economia, com o turismo assumindo a posição de destaque no período de baixa produção, sendo o Circuito das Malhas associado ao Circuito das Águas o exemplo de maior destaque. Essa atuação em conjunto dos diferentes setores permite que a região sobreviva aos choques e instabilidades dos setores produtivos em períodos de crises, ou em períodos de baixa temporada turística.

Porém, independente das estratégias adotadas, é necessário um programa de capacitação e formação profissional para melhor atender o turista, principalmente no meio rural, onde o produtor se vê diante de uma situação nova e não está preparado adequadamente para enfrentá-la. O Plano Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável prevê tal ação, além de estimular o cooperativismo para que a aglomeração prospere a ser detalhado nas políticas de apoio ao turismo e que fomentam a atividade nas aglomerações rurais. Nesta situação o Estado exerce um papel fundamental para que ocorra a capacitação profissional, a cooperação entre os diversos atores, principalmente como mediador entre setor produtivo e setor turístico, sendo o principal articulador da governança na aglomeração.

4.2.3 – A relação do setor turístico com as Indicações Geográficas

Outra estratégia para integrar a produção no Brasil ao setor turístico é a indicação geográfica. Apesar de não ser uma política voltada para o turismo, as IGs tem provocado o desenvolvimento da atividade na região que as recebe. As IGs constituem um meio de valorizar a localidade e o país de origem e são assim definidas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (2008):

Nos mercados nacional e internacional, muitos produtos são caracterizados não apenas pela marca que ostentam, mas também pela indicação da sua verdadeira origem geográfica. Esta indicação lhes atribui certa reputação, valor intrínseco e identidade própria que os distinguem dos demais produtos de igual natureza disponíveis no mercado. No transcurso da história o termo "indicação geográfica" foi sendo se firmando quando produtores, comerciantes e consumidores começaram a identificar que alguns produtos de determinados lugares apresentavam qualidades particulares, atribuíveis a sua origem geográfica, e começaram a denominá-los com o nome geográfico que indicava sua procedência.

Os produtos que apresentam uma qualidade única, explorando as características naturais, tais como geográficas (solo, vegetação), meteorológicas (mesoclima) e humanas (cultivo, tratamento, manufatura), e que indicam de onde são provenientes são bens que possuem um certificado de qualidade atestando sua origem e garantindo o controle rígido de sua qualidade, denominado de "indicação geográfica", nas modalidades de "indicação de procedência" ou "denominação de origem". Alguns exemplos envolvendo produtos de notável qualidade, certificados e identificados com indicações geográficas, são os vinhos tintos da região de Bordeaux, os presuntos de Parma, os charutos cubanos, os queijos roquefort, entre outros (GOLLO, S.S. Inovação e estratégia de cooperação competitiva: estudo de caso da indicação de procedência vale dos vinhedos - Serra Gaúcha/RS. Tese DSc.,2006).

Nesses casos, a indicação da verdadeira origem geográfica do produto adquire a configuração de um bem, agregando valor econômico e beneficiando as pessoas estabelecidas no local de produção. Desta forma, fortalece organização social e concorre para o desenvolvimento sócio-econômico da região. Mas o reconhecimento da Indicação Geográfica (IG) origina-se do esforço de um grupo de produtores ou de prestadores de serviço que se organizam para defender seus produtos ou serviços, motivados por um lucro coletivo.

(SITE DO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO, www.agricultura.gov.br)

Segundo Gonçalves (2008), três fatores são essenciais na gestação de uma IG: o nome geográfico; o tempo; e a notoriedade. A indicação geográfica pode ser qualquer lugar situado na geografia. O nome geográfico que constitui a indicação geográfica pode ser o nome geográfico ou o nome culturalmente designado. O nome culturalmente designado pode ser formado pela referência geográfica de orônimo (nome próprio de montanha ou cadeia de montanhas) ou hidrônimo (nome de cursos de água). Mas, necessita que a região deva ser conhecida coletivamente por este nome para identificação deste espaço geográfico.

Sobre o tempo, Gonçalves (2008) relata que há uma ligação ao fator de mudança. Para este autor, evoca-se o tempo para a consolidação de um direito. É dentro da sucessividade do tempo que se consolidam institutos jurídicos. A realidade se constata no fluir do tempo. Com o tempo a produção ganha notoriedade, o que tem uma ligação com a tradição. Essa ligação é feita de forma que a fama ou reputação do nome geográfico adquirido através do tempo não seja artificialmente decorrente de propaganda maciça e momentânea e, portanto, inábil a se manter ao longo dos tempos. Os APLs possuem tradição na produção e são as áreas mais suscetíveis a receber a IG.

Segundo Verdi (2008), a produção de certas regiões pode conferir uma especificação ao produto: por meio da particularidade da produção, da cultura, do conhecimento tradicional; ou da forma de coordenação entre os agentes envolvidos com a produção regional. Alvin (2008) complementa que a IG engaja MPE e pequenos produtores rurais, integra território e especialização produtiva com desdobramentos em outras atividades, ou seja, alavanca ganhos.

Segundo Alvin (2008) os benefícios para atividade produtiva são: manutenção e geração de postos de trabalho; vitalidade econômica dos territórios; satisfação dos envolvidos com produção; auto-estima. Ainda segundo este autor, temos como facilidades comerciais: garantia de qualidade, originalidade e notoriedade; imagem; reconhecimento internacional; melhor comunicação com mercado; estímulo a melhoria de qualidade. E por fim este autor descreve que temos como ganhos econômicos: incremento de renda, valorização imobiliária; incremento de investimentos produtivos; desperta desenvolvimento de outros setores, como, por exemplo, o turismo

É nesse sentido que algumas regiões, marcadas por uma determinada produção, tem pedido registro de indicação Geográfica, como forma de alavancar a produção. Isso tem provocado a reorganização das aglomerações produtivas regionais, conferindo uma especificação ao produto, agregando valor e gerando desenvolvimento regional (VERDI, 2008). Segundo Cruz (2008), A IG tem os seguintes objetivos: garantia de autenticidade; agregação de valor ao produto; promoção do desenvolvimento regional sustentável; promoção comercial; preservação da biodiversidade, do conhecimento tradicional e dos recursos naturais. Verdi (2008), entretanto, complementa nestes objetivos que a IG serve como ferramenta de preservação dos direitos de uso decorrentes dos atributos específicos dos produtos típicos regionais.

Para o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (2008, p 6):

As indicações geográficas são uma ferramenta coletiva de promoção comercial de produtos onde qualidade, reputação ou outras características devem-se essencialmente à origem geográfica. As IG podem proteger produtos/ regiões de falsificações e usurpações indevidas, servem como garantia para o consumidor, indicando que se trata de um produto especial e diferenciado. No Brasil, o MAPA tem fomentado que, para IG agropecuárias, o ideal seria a combinação da qualidade do produto com a ocupação harmoniosa do espaço rural, sendo também, uma ferramenta de preservação da biodiversidade aliada ao desenvolvimento e promoção regional.

Entre os casos que já conseguiram esta indicação temos o Vale dos Vinhedos (vinhos e espumante), Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (carne) e Região do Cerrado Mineiro (café).

Segundo Cruz (2008), no Vale dos Vinhedos (1ª IG do Brasil, em 2002), houve a valorização das propriedades rurais: 200% a 500% em cinco anos; incremento da área plantada; criação de Sistemas de Produção de Qualidade: uvas mais valorizadas; aumento do número de vinícolas e do padrão tecnológico; maior oferta de empregos; crescimento do turismo.

O Vale dos Vinhedos é uma conhecida região da Serra Gaúcha produtora de vinhos finos, entre as cidades de Bento Gonçalves e Garibaldi. Segundo Gonçalves (2008), o empreendimento pioneiro foi representado pela APROVALE, a Associação dos Produtores do Vale dos Vinhedos, com o incentivo técnico da EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), que após diversos anos de pesquisa na região, conseguiram identificar a área geográfica com características geoambientais ideais para a produção de vinhos finos.

No Café do Cerrado (2ª IG do Brasil, em 2005), houve a valorização do produto, com um diferencial médio entre US\$ 5,00 e 15,00/saca e para café, especial, até US\$ 35/saca. Gonçalves (2008, p 45) relata o seguinte sobre a região:

A região do **Café do Cerrado Mineiro** compreende 55 municípios abrangidos no Alto da Paranaíba, Triângulo Mineiro, e Noroeste de Minas. Fundada em 1992 o CACCER – Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado, a entidade que congrega as Associações e Cooperativas do Café Cerrado – nasceu com o objetivo de valorizar pela qualidade do café da região.

Uma das primeiras ações foi o pedido de registro de uma marca Café do Cerrado, em 1993, administrada pelo CACCER. O objetivo era a garantir a diferencial de preço ao produtor, incluindo a definição de uma escala de padrão de qualidade para o café.

No Pampa Gaúcho (3ª IG do Brasil, em 2006), a IG foi concedida aos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional. Nesta região houve um foco no desenvolvimento sustentável, com pastagens naturais e remuneração no o abate

de 2 a 5 % para o produtor; e no varejo de 20 a 35% nos cortes comercializados (CRUZ 2008).

Em Paraty (4ª IG do Brasil em 2007), a IG foi criada para a aguardente de cana, como titular a Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty (GONÇALVES, 2008). Segundo Cruz (2008), houve uma avaliação de variedades de cana-de-açúcar para a região, atestando sua qualidade e a diferenciação do produto.

Ao mesmo tempo, esta política tem criado uma organização do turismo como atividade complementar à produção. Gonçalves (2008, p 70-71) mostra as conseqüências favoráveis a toda região pela IG:

a) instrumento de desenvolvimento: *manifestam-se de forma indireta em toda área demarcada. Tanto os produtos quanto o prestador de serviço de demais produtos ou serviços são beneficiados, assim como o consumidor. Essa abrangência alcança o setor público do município ao país. É uma figura onde toda a sociedade tende a ganhar.*

b) meio de promoção rural: *aumento de produção, criação de empregos e evita-se o êxodo rural; ajudam aos produtores a obter um preço vantajoso para os produtos; proporcionam um aumento de valor nas terras do local ou região; e geram outros tipos de efeitos positivos, como o turismo.* (grifo nosso)

c) preservação da cultura local: *ajudam e ensinam os produtores a trabalharem juntos e resolverem problemas comuns. Defende a identidade local, na busca de produção de um produto típico e tradicional.*

d) acesso ao mercado: *Os produtos identificados com indicação geográfica permitem aos produtores comercializarem produtos típicos, com características específicas. A busca dos produtos como uma origem específica, demonstra a indicação geográfica como meio excelente para aceder o mercado, assim como, uma vantagem competitiva.*

e) instrumento de proteção: *assegura ao produtor o uso exclusivo do nome geográfico e garante ao produtor a origem e a tipicidade do produto.*

Algumas regiões que ainda não possuem as IG's, mas possuem potencial para sua obtenção, tem se desenvolvido juntamente com o turismo, em forma de circuitos produtivos. Neste caso, Verdi (2008) cita o circuito das frutas, o circuito das águas e da cachaça, onde a atividade produtiva se aproveita do turismo como forma de atrair consumidores. Esta autora adverte, porém, que a delimitação geográfica da solicitação da IG não pode ser a do circuito, pois nem sempre as duas são coincidentes e podem apresentar diferenças. A área geográfica da IG designa um território no qual se deve realizar a elaboração do produto, enquanto o circuito denomina uma região com um atrativo turístico, que pode ser o produto da IG, mas nas quais áreas não produtoras podem se beneficiar pela proximidade geográfica.

Para o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (2008, p 6):

Constata-se também, geralmente, o incremento do turismo em áreas com indicação geográfica além da diversificação da produção e, por conseguinte,

a preservação da biodiversidade, das habilidades locais e dos recursos naturais.

As modalidades associadas às IG's, segundo a legislação brasileira - Lei nº 9.279/96 são a Indicação de Procedência e a Denominação de Origem, assim definidas:

- **Indicação de Procedência:** é o nome geográfico de um país, cidade, região ou localidade que se tornou conhecido como centro de produção, fabricação ou extração de determinado produto ou prestação de um serviço específico. Gonçalves (2008) afirma que a indicação de procedência apenas situa o produto. Basta ser tal região ou localidade conhecida como referência de centro ou pólo de produto ou prestação de serviço.

- **Denominação de Origem:** é o nome geográfico de um país, cidade, região ou uma localidade que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusivamente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

A IG, portanto, fornece informações do local, atuando como uma forma de publicidade da região produtora, criando a imagem na mente das pessoas sobre esta localidade, atraindo o consumidor para conhecer o local da produção e como consequência, faz com que este turista consuma na própria localidade a produção, diminuindo os custos com transporte, aumentando a produção para atender a demanda.

4.3 – Políticas relacionadas à prática turística e desenvolvimento de aglomerações produtivas

4.3.1 – O papel do Estado brasileiro no setor turístico

O Estado, como principal forma institucional, deve amparar o modelo de desenvolvimento em conjunto com outras instituições, e a não-intervenção do Estado desestrutura a composição social, a economia territorial e possíveis contextos ecológicos (BRÜSEKE, 1995). O Estado é responsável pela infra-estrutura básica, previstas nas diversas obras do PAC⁷, pela fiscalização ambiental e por maximizar os

⁷ O Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), onde estão listadas obras prioritárias no sentido de “destravar” a economia, esperando contar com investimentos públicos e privados no montante, de pouco mais de R\$ 500 bilhões, em infra-estrutura, em quatro anos (em torno de 25,8% do PIB em 2005, equivalente a R\$ 1,9 trilhão). Um dos méritos do PAC é a criação de uma agenda positiva de crescimento da economia do País. No caso do turismo, esta atividade irá se beneficiar com as melhorias em infra-estrutura previstas no PAC, como melhorias de rodovias e aeroportos. O aumento na produção de energia elétrica é outro fator importante, pois o turismo gera um aumento na demanda, assim como o saneamento

benefícios sociais. Possíveis falhas nas suas responsabilidades podem levar aos impactos negativos descritos ao longo desta dissertação. Uma articulação entre as esferas federais, estaduais e municipais para que as políticas voltadas ao setor sejam implantadas de forma a melhor atender as necessidades da localidade e da aglomeração produtiva é essencial para maximizar os impactos positivos e minimizar os negativos, pois a má utilização dos recursos pode provocar a repulsa dos turistas pela falta de infraestrutura e causar impactos negativos na imagem do produto, que pode ser associado como agente gerador dos problemas nas localidades produtoras, destruindo a imagem e a tradição da produção local, causando danos irreversíveis em alguns casos.

Segundo Orlando (2005), o desenvolvimento local requer a descentralização do Estado, de modo a facilitar a atuação de atores e poderes locais, propiciando alternativas locais, maior autonomia e gestão comunitária. As autoridades locais possuem maior conhecimento dos problemas existentes e das potencialidades locais, além de ser o nível de governo mais próximo da população e, portanto, possuem a responsabilidade de articular este modelo de desenvolvimento a partir da cooperação local, determinante chave na capacidade local de competição.

O cuidado para que o turismo prejudique as atividades produtivas é essencial, pois esta atividade concorre pelos mesmos fatores de produção – mão-de-obra, terra, recursos financeiros, etc, pode causar perdas no dinamismo da aglomeração produtiva que se utiliza do turismo como estratégia para aumentar sua produção, devendo ser levado em conta o custo-benefício da atividade turística como estratégia da aglomeração. Alertamos que a prioridade de investimentos no setor turístico pode provocar descuidos em áreas fundamentais para a região, como educação, saúde e demais atividades econômicas, com esse descuido podendo ter impacto na própria atividade pela falta de pessoal qualificado para exercer a atividade.

O dinheiro deixado pelo turista tende a passar pelos diferentes setores da economia produzindo um efeito multiplicador. No caso das aglomerações brasileiras, o turismo gera multiplicadores regionais na medida em que os excedentes monetários gerados podem ser canalizados para a diversificação da base produtiva local como no caso de circuitos produtivos, permitindo novos investimentos e diversificação da produção. O turismo pode funcionar como atividade motriz do desenvolvimento ao

e tratamento de água, ainda precário em alguns municípios onde há crescimento da demanda nas épocas de alta estação.

fomentar o adensamento das cadeias produtivas que integram a estrutura produtiva das economias locais e permitir a difusão de novos negócios e alterar o perfil da indústria, se enquadrando numa atividade de suporte ligada a produção central do APL, ou seja, fazendo parte da cadeia produtiva. No item seguinte apresentamos algumas políticas que estimulam a prática turística e como elas colaboram para o desenvolvimento das aglomerações produtivas.

4.3.2 - Plano Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável

O Plano Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável é composto por quatro grandes programas e prevê a diversificação da economia rural. Neste plano o governo reconhece que o agronegócio traria desemprego, pois emprega pouca mão-de-obra, e para manter as famílias no campo se torna necessário fortalecer a agricultura familiar, renovar a educação rural e diversificar a economia sendo o turismo uma das alternativas.

O desenvolvimento rural sustentável é previsto também na agenda 21 brasileira, criando um espírito empreendedor no agricultor, qualificando-o para administrar atividades agrícolas com atividades não-agrícolas, em uma perspectiva de pluriatividade e multifuncionalidade no espaço rural. Apesar disso, Candiotto e Corrêa (2004) afirmam que a pluriatividade dentro das propriedades rurais ainda é incipiente no Brasil. Ainda segundo estes autores, estas experiências dificilmente são incorporadas às políticas públicas do governo federal e disseminadas e ampliadas em nível nacional.

A EMBRATUR, visando desenvolver o turismo rural, elaborou as seguintes estratégias de desenvolvimento: compatibilizar a conservação e desenvolvimento dos recursos turísticos destacando-se a importância do patrimônio cultural e natural e o respeito a estes recursos; criar uma oferta de alojamento e recreação de pequena escala; possibilitar contato com a natureza com a criação e promoção de atividades ao ar livre; promover um turismo organizado e administrado pela população rural com oferta em pequena escala.

Outra maneira de viabilizar o melhor desenvolvimento da atividade no meio rural é a questão do cooperativismo, uma vez que esta experiência foi realizada com sucesso na Espanha. Segundo Lorenzo e Zamora (2005), essa experiência pode otimizar e diversificar as potencialidades das cooperativas agrárias, acrescentando aos seus segmentos produtivos tradicionais o turismo rural. Segundo Falcón e Jara (2005), as cooperativas e instituições associativas similares oferecem as melhores possibilidades

de concordância entre meios e fins devido a seus elementos constitutivos (associação/empresa regidas pela igualdade, solidariedade e gestão democrática) e pela experiência social e econômica.

O turismo rural, por sua vez, se aproveita da forma da estrutura organizada na cooperativa existente e presta maiores e melhores serviços, se tornando um complemento de renda. Lorenzo e Zamora (2005) mostram que o cooperativismo agrário compartilha muitos dos ideais e valores do desenvolvimento sustentável e por isso, produz uma sinergia muito poderosa entre os objetivos reais de competitividade e eficiência, desenvolvimento e criação de empregos, garantindo a participação da população local e a otimização dos recursos. Estes autores ainda afirmam que esse tipo de turismo facilita a comercialização dos produtos, diminuindo os custos, e permite uma melhor e mais variada gama de serviços.

Segundo Falcón e Jara (2005), seus espaços de interação devem corresponder às possibilidades e capacidades de quem quer ocupar os espaços locais, e deve haver uma delimitação no âmbito no qual deve se desenvolver os planos, executar ações e interrelacionar-se com as organizações de expressão local e com entidades públicas ou privadas que intervêm no local. Em suma, para Silveira (2005, p 135):

A promoção do turismo no Brasil deve se apoiar em uma visão integrada, que englobe os habitantes que vivem nas áreas onde predomina a ocupação agrícola, assim como naqueles municípios ambivalentes (rurbanos) e centros urbanos circunvizinhos, na perspectiva de uma articulação intermicrorregional. Deve conter diretrizes, objetivos e metas que favoreçam sinergias entre a agricultura e os setores secundário e terciário das economias locais, bem como todas as formas de empreendedorismo que possam explorar as vantagens comparativas e competitivas dos territórios, estimulando assim um amplo processo de diversificação das economias, e possibilitando a implementação de políticas sociais e políticas estruturantes que promovam a sustentabilidade, isto é, o crescimento econômico, a equidade social e a conservação ambiental.

Esta política beneficia as aglomerações rurais, na medida em que gera ganhos extras ao produtor por receber o turista para conhecer o local de produção, além dos ganhos em divulgação da produção e aumento da comercialização em função desta divulgação.

4.3.3 - Plano Nacional de Turismo

No governo Lula, houve a criação do Ministério do Turismo como pasta específica e independente para procurar atender uma antiga demanda deste setor, e demonstra a posição ativa do governo em relação à sua determinação em gerar empregos e divisas

através do desenvolvimento do turismo. Segundo Silveira (2005), a estratégia desse novo ministério é explorar o turismo como forma de contribuir para o desenvolvimento de regiões e localidades em todo o país, usando a atividade turística como um dos vetores de desenvolvimento regional. O objetivo é fazer do turismo uma das atividades indutoras para impulsionar todo um conjunto de pequenos negócios em escala local, que venham ser complementares na geração de empregos e renda em todo o país através da atividade turística.

Este novo ministério ficou responsável pela elaboração da política nacional de desenvolvimento do turismo; pela promoção e divulgação do turismo nacional, no país e no exterior; pela criação de estímulos às iniciativas públicas e privadas, com a captação de investimentos para as atividades turísticas; e também pelo planejamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e programas de incentivo ao turismo. Segundo Barros (2005), destaca-se na missão do Ministério a condução de políticas públicas com um modelo de gestão orientado por um pensamento estratégico, mas alerta que faltam indicadores que possibilite essas decisões e por um modelo de gestão pública descentralizada e participativa, com a implantação de fóruns estaduais atingindo em última instância o município. Estes fóruns são compostos por secretários estaduais, representantes dos municípios e por instituições de relevância para a atividade, como as de ensino. Os municípios foram incentivados a criar fóruns municipais para a organização da atividade no local. Mas tudo isso esbarra nas dificuldades técnicas e operacionais devido a falta pessoal qualificado para a gestão da atividade.

O Plano Nacional de Turismo (PNT), que entrou em vigor em 29 de abril de 2003, foi elaborado com a participação de entidades, instituições e empresas que atuam no segmento turístico, de secretários e dirigentes estaduais e presidentes de empresas públicas deste setor, e segundo o ministério, é um instrumento de planejamento que tem como finalidade explicitar o pensamento do governo e do setor produtivo e orientar as ações necessárias para consolidar o desenvolvimento do turismo. Este plano deve ter como objetivo, inclusive para seu melhor funcionamento, a descentralização das ações do planejamento, com a participação de municípios e da população local nas decisões e deve contemplar as diversidades regionais, configurando-se pela geração de produtos marcados pela brasilidade, proporcionando a expansão do mercado interno e a inserção efetiva do país no cenário turístico mundial. “A geração do emprego, ocupação e renda, a redução das desigualdades sociais e regionais, e o equilíbrio do balanço de

pagamentos sinalizam o horizonte a ser alcançado pelas ações estratégicas indicadas” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2003, p. 21).

Para Silveira (2005, p 134), a estratégia do governo esta alicerçada em oito pontos:

1. O turismo é o maior gerador de oportunidades de trabalho em âmbito mundial, com mais de 200 milhões de empregos criados, ou seja, um a cada nove no mundo;
2. Custo relativamente mais baixo por emprego gerado em comparação com outros setores;
3. Capacidade de ocupação para o mais amplo espectro da sociedade, podendo acomodar diversos extratos da sociedade civil;
4. O extraordinário estoque de atrativos a serem explorados no país que tem um dos mais ricos potenciais turísticos do mundo;
5. O turismo pode ser um poderoso exportador de serviços, internalizar divisas e, ao mesmo tempo, gerar empregos;
6. O turismo pode, também, ser uma atividade altamente distribuidora de renda e capaz de gerar riqueza nos lugares mais pobres do país, onde não há vocação para outros setores, mas que são dotados de surpreendentes belezas naturais;
7. O enorme impacto do turismo no PIB, atingindo diretamente mais de 50 outros setores da economia, portanto com grande efeito multiplicador e alto poder de geração de benefícios e agregação de valor;
8. O turismo pode ter fontes externas de financiamento e de longo prazo, como o PRODETUR, tanto para infra-estrutura básica – saneamento, estradas, aeroportos, energia, comunicação, bem como para o fortalecimento institucional e para capacitação profissional (SEBRAE, 2003).

Segundo a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (2007), o PNT 2007-2010 possui como meta gerar 1,7 milhão de novos empregos e trazer cerca de US\$ 7,7 bilhões em divisas para o País, e terá R\$ 5,63 bilhões para investimentos em infra-estrutura turística, além de outros R\$ 984 milhões na promoção interna e externa do setor. O foco do Ministério do Turismo está na inclusão social, com estímulo à criação de emprego e renda e à redução das desigualdades regionais. Elaborado conjuntamente com a iniciativa privada e o terceiro setor, o Plano quer assegurar o acesso ao turismo a todas as camadas da população, inclusive as de menor renda.

Entre as medidas tomadas, estão o Programa de Crédito Consignado, voltado aos aposentados, que vai financiar viagens turísticas pelo Brasil, e a integração ao Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), lançado para atacar os gargalos de infra-estrutura do Brasil e que conta com ações para recuperação de estradas, melhorias em portos, aeroportos, metrô e ferrovias, além de iniciativas relacionadas a abastecimento de água, coleta de esgoto e infra-estrutura energética. Esta infra-estrutura prevista no plano traz melhorias não só para o turismo, mas também para a população local e para os demais setores da economia. Este PNT visa também à divulgação do Brasil no Exterior através do Plano Aquarela com a oferta de produtos específicos aos públicos estrangeiros.

Segundo Mamberti e Braga (2004), para atingir tais objetivos são necessárias mudanças estruturais, fazendo com que o PNT pode esteja em contradição com uma ação de outro ministério. Estes autores sugerem que uma macro-política que sintonize as políticas local, regional e nacional pode viabilizar mudanças estruturais e, portanto, o governo deveria garantir um mecanismo que promovesse cruzamentos horizontais dentro da sua estrutura de poder.

4.3.4. - Plano Nacional de Municipalização do Turismo

Entre 1994/95, ocorre o lançamento do Programa Nacional de Municipalização do Turismo, que visava descentralizar as políticas de ações no setor, baseando o planejamento territorial em âmbito municipal e valorizar as potencialidades locais, dinamizando a mobilização dos recursos. A participação local fortalece a implantação da atividade, exige flexibilização de objetivos e atende a todos os atores sociais envolvidos coma tomada de decisão em consenso.

Para Silveira (2005), a regionalização pode ser um instrumento de aproximação entre os gestores públicos do turismo com os seus utilizadores diretos e indiretos, ou seja, turistas, empreendedores e populações locais, pois ela poderá permitir uma melhor avaliação dos problemas próprios, específicos, comuns de cada região do país, de modo que as populações locais venham participar e poder decidir sobre a implantação de programas e projetos, e sobre as ações a serem tomadas no processo de planejamento e gestão do desenvolvimento do turismo em escala regional ou local.

Em meio a esse cenário político e econômico, com aumento das preocupações ambientais, alguns municípios tentam criar atividades de desenvolvimento sustentável, minimizando os impactos sobre o meio ambiente. Dentre essas atividades o turismo ganha evidência, pois aproveita exatamente o ambiente que o território oferece, além dos aspectos estritamente produtivos. Mas parte desse cenário é prejudicado devido à centralização existente em torno do governo federal no Brasil, e a descentralização encontra como principal problema a falta de autonomia das instituições municipais (NEDER, 2002), que ter por obrigação adequar as atividades ao contexto local.

A política ambiental calcada no ecodesenvolvimento deve levar em consideração as realidades regionais diferenciadas (PICCOLO & TROPMAIR, 1995), uma vez que as disparidades entre as regiões são enormes, com a legislação ambiental barrando o desenvolvimento de determinadas regiões. A política ambiental deve então estar aliada a um projeto de desenvolvimento econômico para as diferentes regiões, oferecendo

alternativas de desenvolvimento sustentável, sendo a política voltada para o turismo uma alternativa viável para preservação ambiental e desenvolvimento econômico. Devemos ressaltar que um projeto de desenvolvimento não deve se basear apenas no turismo, pois uma crise na atividade seria catastrófica para as localidades que possuem apenas esta estratégia de desenvolvimento. Um projeto integrado entre as esferas federal, estadual e municipal, envolvendo seus quadros desenvolvimentistas e ambientalistas em um projeto que considere as especificidades de cada região é o mais adequado para gerar o desenvolvimento local e a diminuição das disparidades regional. Nestes casos, ainda pode haver parceria com a iniciativa privada para driblar a carência de recursos destinados à infra-estrutura básica.

Esta municipalização permite uma maior participação dos atores locais. A autoridade local tem maior conhecimento dos problemas locais e pode resolver mais rapidamente os conflitos, em integração com os atores locais, com participação do setor turístico, do setor produtivo e da população.

4.3.5 - Sistema Integrado de Informações sobre a conjuntura econômica e o Mercado de Trabalho no Setor Turismo

Em todo segmento econômico são exigidos estudos, análises, pesquisas, enfim, um sistema de informações precisas no qual os agentes públicos e privados possam se basear para definir planejamentos e tomar decisões. Assim é, também, no Turismo. Desde a sua criação, o Ministério do Turismo trabalha na construção do Sistema de Informações Turísticas do Brasil, para poder oferecer ao país dados plenamente confiáveis, coletados e analisados. O Ministério do Turismo fez parcerias com diversos órgãos públicos e privados especializados, com o intuito de gerar informações que refletem e orientam o setor, como a Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo, que nasceu da intenção da FGV de se aferir a fidelidade do Boletim frente à realidade da economia do turismo no Brasil. Nesta pesquisa há também a contribuição da EMBRATUR, que se organizou para aprofundar o conhecimento sobre a atividade turística em nosso País, por meio de um Sistema de Informações, no qual se incluem dois tipos de pesquisa direta com empresários e dirigentes de segmentos econômicos do turismo, onde podemos acompanhar e analisar as reações e o pensamento do mercado. Segundo Arias (2004, p 4):

A necessidade de se dispor de indicadores confiáveis e estatisticamente comparáveis, no tempo e no espaço, sobre o impacto macro-econômico e social do Turismo passou a ser um desafio estratégico prioritário para

diretivos e técnicos responsáveis pelos sistemas de informação do setor em muitos países.

No Brasil, o IPEA desenvolve a partir de pesquisa de campo e de estudos e pesquisas baseadas nas principais fontes de dados sobre a mão-de-obra ocupada produzidas pelo Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE) e pelo Ministério do Trabalho e Emprego, o Sistema Integrado de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo (SIMT).

O objetivo desse Sistema é aprofundar o conhecimento do estoque de mão-de-obra ocupada em atividades características do turismo; sua evolução mensal e anual; sua composição, do ponto de vista da formalização das relações de trabalho; o perfil da mão-de-obra (escolaridade, tipo de ocupação, idade, gênero, etc.); e sua contribuição para a formação da renda nacional. Visa também identificar o perfil (tamanho, atividade, localização geográfica), dos estabelecimentos que empregam essa mão-de-obra. Estas informações constituem um indicador complementar para avaliar o desempenho do setor turismo. Convém lembrar que o Brasil ainda não dispõe de uma lista completa de classificação de produtos do setor de serviços que permita identificá-los e classificá-los como produtos característicos do turismo (MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO, IBGE, 2007).

As informações permitem que o Governo dimensione a importância socioeconômica do turismo, avalie o impacto do setor e da ação governamental sobre a geração de empregos e subsidie a formulação de políticas de melhoria das condições de trabalho e de criação de oportunidades para grupos específicos (jovens, mulheres, etc.). Para as empresas e profissionais do setor, as informações oferecem um panorama do mercado de trabalho, que pode contribuir para a definição de suas estratégias. Já para as instituições de fomento ao desenvolvimento, as informações oferecem um instrumento útil para monitorar o comportamento do emprego. No caso das instituições de ensino e pesquisa, os estudos e estatísticas contribuem para a compreensão de um fenômeno com importância socioeconômica indiscutível e cujo referencial metodológico encontra-se em fase inicial de desenvolvimento. Por fim, para os organismos internacionais, as informações contidas no Sistema apóiam o processo de construção de indicadores confiáveis e passíveis de comparação internacional.

O mais importante nesse estudo é a possibilidade de se dispor de um quadro de caracterização da mão-de-obra total ocupada no turismo que possa orientar os programas de qualificação ocupacional em nível nacional, regional e local, sem deixar

de fora os trabalhadores informais do turismo que, afinal de contas, representam a maior parte da mão-de-obra ocupada no setor. Segundo o Ministério do Planejamento e o IBGE (2007), os dados econômicos relativos às empresas pertencentes às ACT, possibilitaram identificar sua participação no conjunto da economia brasileira assim como apontar algumas de suas características tanto em nível setorial quanto microeconômico. Dentre esses resultados, pode-se destacar a participação significativa das micro e pequenas empresas, não só no que se refere ao seu contingente como também quanto ao número de empregos por elas gerados. Muitas destas empresas tem se aglomerado em locais específicos, e necessitam de estudos mais aprofundados para se saber se estas empresas e os locais onde se instalam possuem os requisitos para a formação de *clusters*, arranjos turísticos ou inter-relações com atividades produtivas que formam os arranjos produtivos. Convém ressaltar que estes resultados são importantes para a organização produtiva nas regiões turísticas, uma vez que a produção se torna um produto turístico.

Segundo as pesquisas analisadas, há uma elevação do faturamento, que tem estimulado o incremento das contratações de pessoal, mas através de literatura complementar, percebe-se que alguns setores encontram dificuldades para encontrar pessoal qualificado para determinadas atividades, como guias com conhecimento ambiental, pessoal para planejamento e administração da atividade, etc, exigindo investimentos na capacitação de profissionais qualificados, o que tem repercutido em aumento de custos. Os empresários alertam também que deverão ser realizados investimentos em tecnologia de informação, especialmente em seus sistemas de vendas e comercialização (MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO, IBGE, 2007).

As informações levantadas mostram também que os fatores que mais inibem o incremento dos negócios, segundo a opinião dos empresários das diversas atividades do setor turístico, são a carga tributária e a escassez de assentos nos vôos domésticos e internacionais, além das dificuldades provocadas pela crise do setor aéreo, com a infraestrutura aeroportuária, e como limitadores menos importantes dessa expansão foram apontados a falta de financiamento de longo prazo, o acirramento da concorrência e a escassez de capital de giro e de mão-de-obra qualificada.

Nesta dissertação, os eventos e feiras são considerados formas de promover os APLs com funções produtivas, e segundo a pesquisa anual de conjuntura econômica, os mais relevantes fatores inibidores da expansão dos negócios das feiras são o aumento

dos custos operacionais e a falta de espaço e inadequação da infra-estrutura para a realização de grandes feiras. Por outro lado, as razões menos importantes são a inadimplência, acirramento da concorrência, escassez de capital de giro e queda do número de participantes. No que concerne aos eventos, as razões que mais limitam a expansão dos negócios são: a escassez de patrocinadores e de recursos para giro, a falta de espaços adequados e a sensação de insegurança, enquanto que os menores entraves são a inadimplência e a escassez de mão-de-obra qualificada.

4.3.6 - Formação e capacitação profissional

Um programa deste tipo deve incentivar o desenvolvimento e introdução de conceitos para a educação ambiental, desenvolver programas de capacitação nos municípios, incluir conteúdos relacionados no sistema de ensino, promover e apoiar seminários e usos para a divulgação de técnicas de planejamento da atividade e aumentar os recursos humanos locais. Um sistema educacional mais produtivo, gerando mais capital humano e mais qualificado, tende a crescer mais rapidamente, no médio e longo prazos (SILVA, 2004), e com profissionais bem qualificados tende a gerar o crescimento do setor. Portanto, a capacitação profissional não deve estar apenas voltada ao turismo, mas também ao comércio e ao setor produtivo.

Segundo Castro (2005, p 113), “há a necessidade de uma maior profissionalização do setor, assim como dos administradores públicos perante esta dinâmica e sua demanda”. Como as empresas procuram a qualidade mais apropriada de mão-de-obra para satisfazer suas necessidades, a qualificação se torna extremamente importante, pois, segundo Dall’Acqua (2003), essas necessidades se alterarão de modo que a força de trabalho de alguma região sejam descartadas pelo capital, outras sejam adaptadas e outras sejam abertas a novas formas de exploração. O ensino e a pesquisa tendem a satisfazer à demanda dos empregos locais e trazem contribuições significativas para a reprodução territorial do sistema (Benko, 2002), contribuindo para o crescimento da atividade e das atividades inter-relacionadas ao turismo.

Porém, Silva (2006 b) alerta que conceitos e teorias o Turismo vem sendo introduzido em todas as regiões do Brasil, seja por incentivos e iniciativas públicas e/ou por investimentos privados, mas, na maioria dos casos, com baixíssimo nível profissional e sem planejamento prévio.

5- O turismo no Estado de São Paulo

5.1 - Introdução

O Estado de São Paulo é o centro econômico e financeiro do país.

Enquanto centro dinâmico da economia brasileira, o Estado de São Paulo possui setores econômicos intensivos em conhecimento e tecnologia, com sua agropecuária diversificada, indústria de transformação com elevada presença de gêneros de alto valor agregado e setor de serviços moderno. No entanto, tais características apresentam assimetrias no território paulista e refletem a heterogeneidade da estrutura produtiva regional. (SECRETARIA DE ECONOMIA E PLANEJAMENTO DO ESTADO DE SÃO PAULO, SEADE, 2008, p 1)

Neste contexto se destaca o turismo de negócios, motivado pelas grandes cidades industriais, responsável por 70% do fluxo total de turismo no estado (GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2000). Segundo o Ministério do Planejamento e o IBGE (2007), no tocante à participação das Unidades da Federação no total dos gastos com viagens não-rotineiras das famílias no Brasil, o Estado de São Paulo é líder (27,78%), seguido de Minas Gerais (12,51%) e Rio de Janeiro (10,19%), sendo os três estados responsáveis, assim, por 50,48% do total dos gastos com essas viagens no País. Esse fluxo é aumentado por mais de 45 mil eventos ao ano.

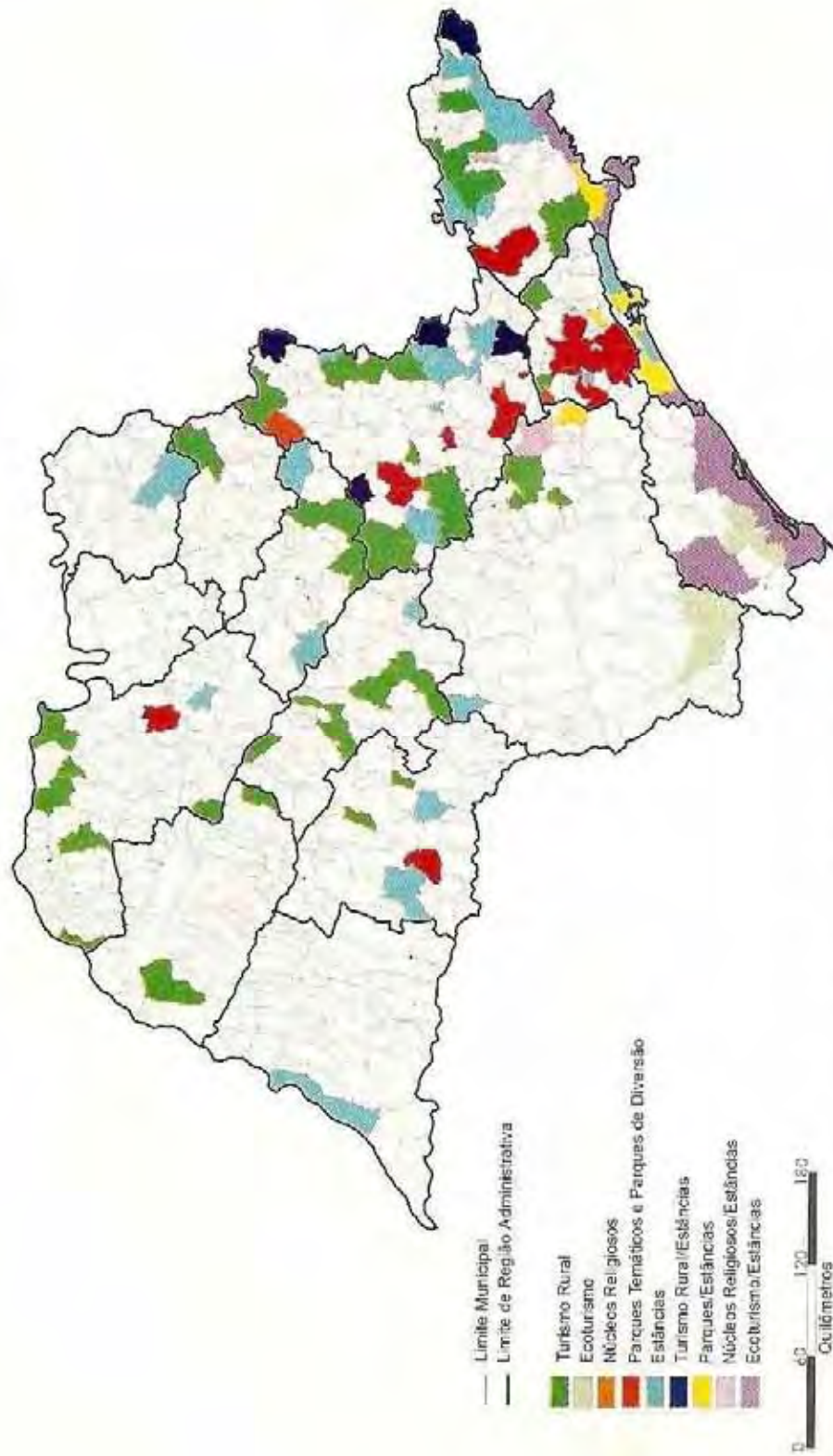
Os eventos do setor agropecuário, tradicionais em muitos municípios do estado, atraem uma grande quantidade de pessoas voltadas para o setor, como as expo-frutas no CT das frutas, a expo-flora em Holambra (APL produtor de flores), eventos e exposições pecuárias, a Agrishow em Ribeirão Preto, e exposições agropecuárias em Araçatuba (referência em produção de sêmen e pesquisas de melhoria genética, atraindo criadores de gado do Brasil e de outros países, com interesse na qualidade da linhagem dos animais) e Presidente Prudente (pólo pecuarista e cidade conhecida como a "Capital Nacional do Nelore e do Cavalo Quarto-de-Milha"). Estes congressos e feiras dinamizam as economias regionais e também são utilizados por setores industriais para promover a produção, como no caso CT das Águas Paulista interligado ao CT das Malhas, e do APL de Jóias em Limeira.

Embora o Turismo de negócios prevaleça sobre os demais tipos, o estado também possui outros atrativos, com paisagens bastante diversificadas, contando com remanescentes de Mata Atlântica, litoral de praias e mata nativa, cachoeiras, cavernas, rios, serras, fontes de água mineral, parques naturais e construções históricas e museus com acervos riquíssimos. No mapa de distribuição da atividade turística de São Paulo, podemos ver que os pólos turísticos formam novos territórios, não respeitando a

regionalização administrativa do estado, nem as regionalizações do IBGE de mesorregiões e microrregiões. Nesses novos territórios podem se formar aglomerações no setor, com a atividade turística não se limitando ao município, como o caso de Brotas, invadindo os municípios vizinhos, ou a atividade turística pode se misturar com atividades industriais e agroindustriais.

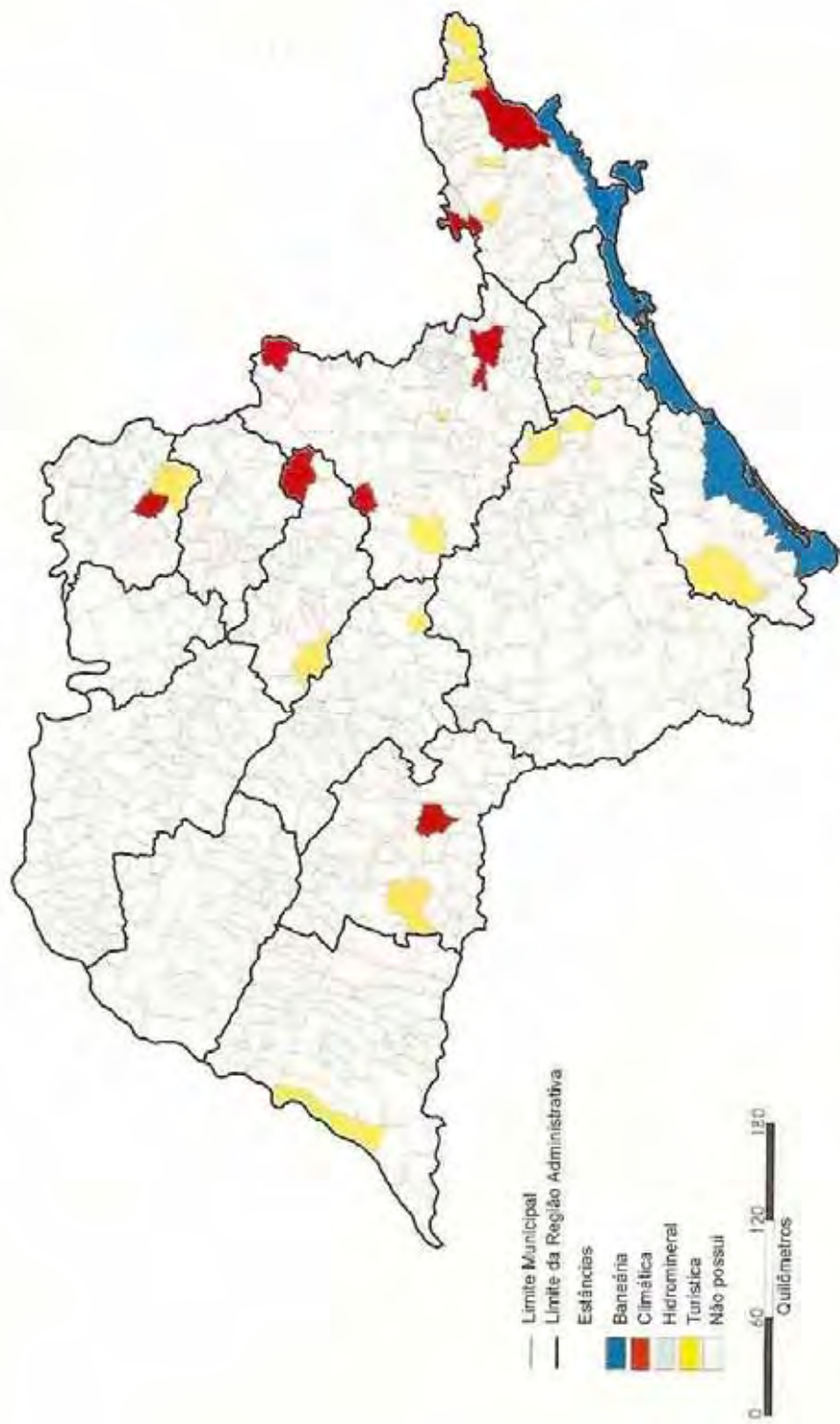
A seguir vemos a distribuição do turismo e das estâncias no estado:

Figura 6
Distribuição do Turismo, segundo Tipo, por Municípios
1998



Fonte: Secretaria de Esportes e Turismo Governo do Estado de São Paulo, Fundação Seade.

Figura 7
Distribuição das Estâncias, segundo Tipo, por Municípios
1998



Fonte: Secretaria de Esportes e Turismo Governo do Estado de São Paulo, Fundação Seade.

No estado de São Paulo ocorrem grandes processos de privatização de rodovias, há uma exigência nos editais que as concessionárias criem um serviço especial e atendimento ao usuário-turista das rodovias. Estes serviços têm contribuído para a expansão dos APLs ao longo destas rodovias através da divulgação de diversos eventos que tem como objetivo atrair os consumidores até a área produtora.

No capítulo 4 alertamos, ao citar Silva (2006 b), que por questões meramente políticas, municípios são transformados em cidades turísticas ou estâncias turísticas, com o objetivo único de atrair repasses de impostos dos níveis estaduais e federais, ou outros tipos de benefícios previstos na legislação, sem estudos técnicos e científicos que demonstrem a real atratividade ou mesmo reconhecimento pelo mercado do potencial turístico. No caso do Estado de São Paulo, há diversos casos de municípios onde não há sinais de fluxo turístico ou mesmo de potencialidade turística, mas que são classificados e denominados como turísticos assim descritos por Silva (2006 b, p 231):

No Estado de São Paulo as estâncias turísticas ou climáticas ou hidrominerais de Batatais, Ribeirão Pires, Tremembé, Campos Novos Paulista e Paraguaçu Paulista representam uma pequena parcela dessa realidade. Curiosamente, outros municípios, como Brotas, que têm imagem turística claramente definida, segmento de mercado, potencial turístico explorado, aceitabilidade mercadológica e fluxo turístico intenso, não figuram na lista oficial do Estado e, portanto, não recebem os benefícios. Hoje, Brotas é, quando muito concebido como significativo e de grande interesse para o desenvolvimento do Turismo, condição esta que demonstra, no mínimo, incoerência das políticas públicas voltadas ao setor.

Este autor complementa na página seguinte que:

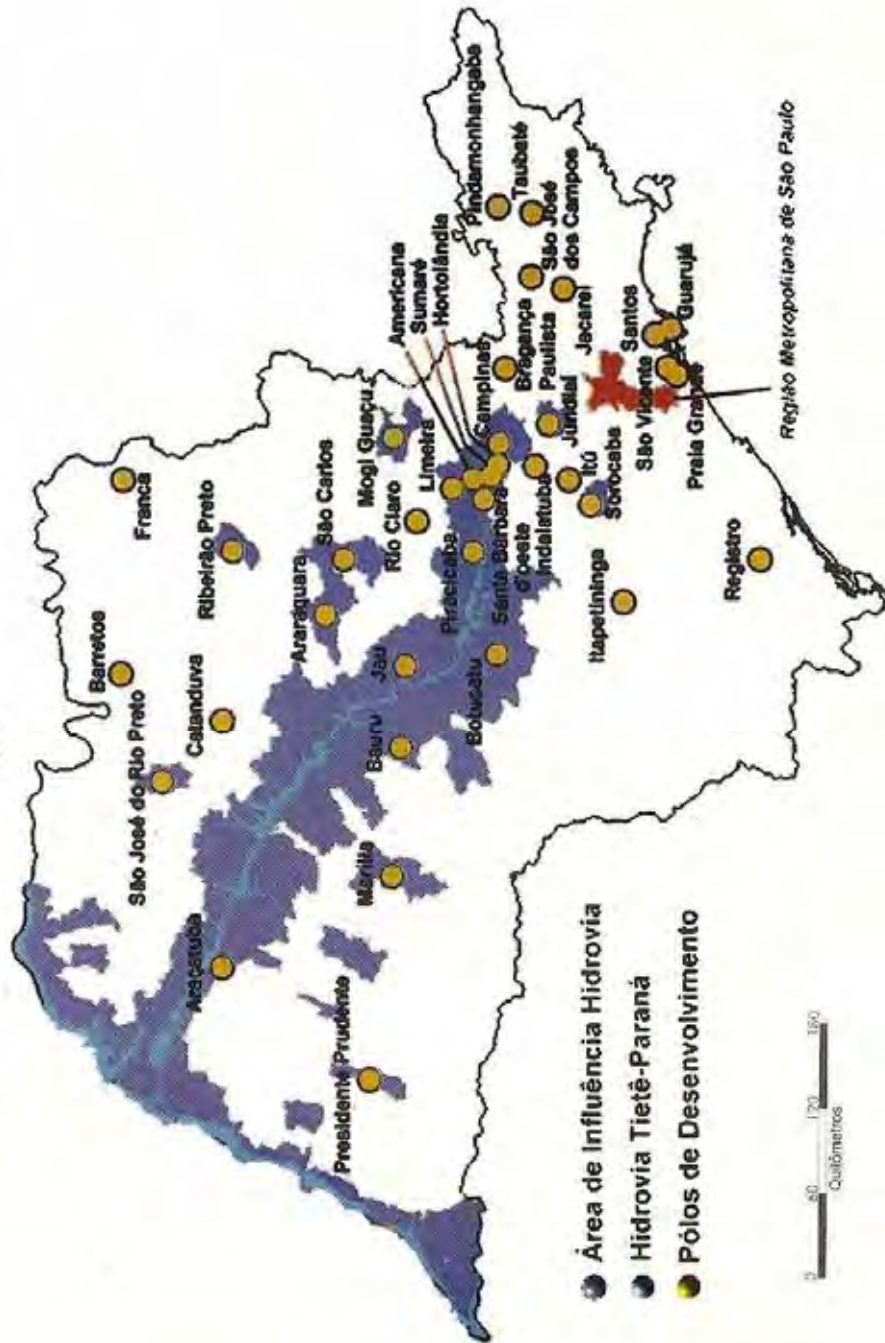
As incoerências, às vezes, surgem em decorrência de opções do poder público por aspectos mercadológicos, como é o caso do consórcio Chapada Guarani, formado recentemente pelos municípios de Analândia, Brotas, Itirapina, São Carlos e Torrinha, como o objetivo de conseguir verbas Estaduais e Federais para mais facilmente, e fomentar o Turismo em toda a região, a partir da estruturação de uma imagem turística reconhecida e pelo oferecimento de serviços de qualidade. O nome Chapada Guarani, além de equivocado, pois não há, em toda região, nenhuma chapada, desconsidera a originalidade e a beleza paisagística do geossistema mencionados. O apelo mercadológico pretendido pela escolha do nome do consórcio turístico remete a paisagens que não serão vistas pelos turistas, o que ocasionará frustrações e comparações com destinos turísticos de maior importância no país. Mas esses fatos vêm muito depois do surgimento da atividade turística em Brotas.

A Hidrovia Tietê-Paraná imprime importante potencial às atividades turísticas, com suas extensões de rios em corrente livre, paisagens naturais, praias, *camping* e pesca e recursos energéticos. Segundo a Secretaria de Economia e Planejamento e Seade (2008), A presença da Hidrovia Tietê-Paraná pode representar, além de um potencial de estruturação dos transportes, o incremento das atividades turísticas. A

hidrovia Tietê-Paraná gera incentivos no setor de turismo à medida que traz investimentos nos pólos turísticos ao longo de seu curso, com a instalação de inúmeros empreendimentos industriais, agrícolas e turísticos, criando pólos de desenvolvimento econômico regional no estado. As características geográficas da hidrovia propiciam exuberantes paisagens, com áreas preservadas e grandes lagos, além das barragens e eclusas, que fazem com que empresas de turismo se instalem em municípios localizados ao longo da hidrovia.

Figura 8 – Área de Influência da Hidrovia Tietê-Paraná

1998



Fonte: Fundação Seade. São Paulo: Guia de Investimentos e Geração de Empregos.

7. Fundação Seade. Guia de Investimentos e Geração de Empregos.

Figura 9 – Pólos Turísticos previstos pelo Plano de fomento Tietê-Paraná

1998



Fonte: Fundação Seade. São Paulo: Guia de Investimentos e Geração de Empregos.

Como podemos ver nos mapas, diversas regiões serão beneficiadas pelo desenvolvimento de Pólos econômicos, o que deve estimular a produção nestas regiões. No mapa dos Pólos Turísticos previstos pelo Plano de Fomento da Hidrovia Tietê-Paraná, vemos que alguns municípios com APLs serão beneficiados, como Jaú e Ibitinga, que se transformarão em Pólos Turísticos, o que podem relacionar as duas atividades de modo a gerar ganhos pela união das atividades, conforme descrito no item a seguir. No caso de Ibitinga e Jaú, o setor produtivo já é beneficiado pela promoção de eventos no setor de bordados, no caso de Ibitinga, e no setor calçadista, no caso de Jaú, que promovem a produção nas diversas localidades.

5.2 -Caracterização dos APLs do Estado de São Paulo e suas relações com o setor turístico

Como o objetivo deste trabalho é averiguar as relações entre os APLs e sua interdependência com o setor turístico, o quadro a seguir mostra os APLs e aglomerações reconhecidos pela Secretaria de Desenvolvimento do Estado de São Paulo:

Quadro 5: APLs e aglomerados reconhecidos pela Secretaria de Desenvolvimento do Estado de São Paulo

| Lista de APLs | |
|-------------------------|--------------------------------------|
| APL | SETOR |
| Americana | Têxtil e Confecções |
| Birigui | Calçados Infantis |
| Cerquilo/Tietê | Confecções |
| Diadema | Cosméticos |
| Franca | Calçados Masculinos |
| Gde ABC | Transformados Plásticos |
| Gde ABC | Transformados Plásticos |
| Gde ABC | Metal-mecânico |
| Holambra | Flores |
| Ibitinga | Bordados de cama, mesa e banho |
| Itú | Cerâmica Vermelha |
| Jaú | Calçados Femininos |
| Limeira | Semi-joia |
| Mirassol | Móveis |
| Panorama | Cerâmica Vermelha |
| Piracicaba | Cadeia do Etanol |
| R M de São Paulo | Móveis |
| Ribeirão Preto | Equip médicos-odontológicos |
| Santa Cruz do Rio Pardo | Couro e Calçados |
| São José do Rio Preto | Joia de ouro |
| São José dos Campos | Aeroespacial |
| Tabatinga | Artefato têxteis / Bichos de Pelúcia |
| Tambaú | Cerâmica Vermelha |
| Tatuí | Cerâmica Vermelha |
| Vargem Grande do Sul | Cerâmica Vermelha |

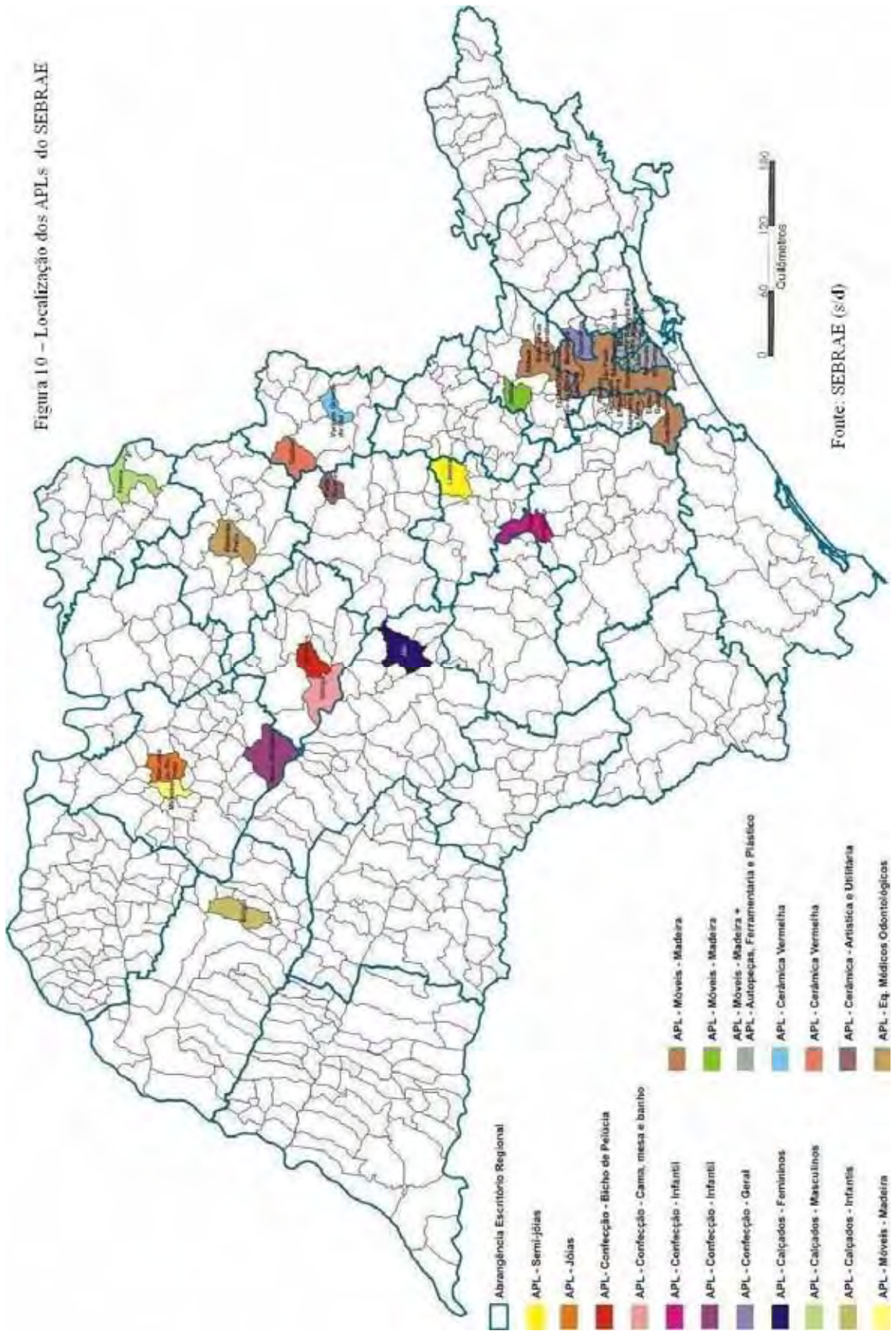
|| Lista de aglomerados

| AGLOMERADOS | SETOR |
|---|-------------------------------|
| Amparo | Confecções Bebê |
| Auriflama | Confecções moda íntima |
| Batatais | Transformadores de Aço-Inox |
| Campinas | Tecnologia da Informação |
| Garça | Eleto-eletrônico de segurança |
| Itatiba | Móveis |
| Jales | Frutas |
| Laranjal | Brinquedos |
| Marília | Alimentos |
| Novo Horizonte | Confecções Infantis |
| Porto Ferreira | Cerâmica Artística |
| RM de São Paulo | Calçados e Artefatos de couro |
| RM de São Paulo | Jóias |
| RM de São Paulo | Equip Médicos-odontológicos |
| RM de São Paulo Brás Bom Retiro/Guarulhos | Confecções |
| Santos/S. Vicente/Guarujá/Bertioga | Moda Praia/Íntima |
| São José do Rio Preto | Limão Tahiti |
| São Paulo - Zona Leste | Metais-Sanitários |
| São Roque | Vinho |
| São Sebastião da Gramma | Café Fino |
| Sertãozinho | Metal-mecânico |
| Socorro/Lindóia/Águas de Lindóia | Malhas |

Fonte: Secretaria de Desenvolvimento do Estado de São Paulo

Na figura a seguir vemos os APLs onde há atuação do SEBRAE:

Figura 10 – Localização dos APLs do SEBRAE



O Governo atua em conjunto com o SEBRAE e a FIESP. A expectativa é de que micro, pequenos e médios empresários tornem-se mais fortes, potencializem-se e iniciem suas vendas para o mercado externo. Um dos focos de trabalho são os municípios que já desenvolvem uma forte atividade comercial, como no setor de calçados, móveis, confecção, cerâmica, agro-negócio, entre outros. Neles, tem sido realizado um trabalho de mobilização e sensibilização, alertando os empresários locais sobre a importância de trabalharem em conjunto, para enfrentar a competição externa.

O SEBRAE atua para o desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais, que tem por objetivo apoiar o desenvolvimento de territórios, inclusive os chamados "rurais", que já apresentem elementos de aglomeração de micro e pequenos negócios, associados ou não entre si, ou de médias e grandes empresas, que operem em forma de rede (empresas-rede). O mesmo ocorre para concentrações de grandes indústrias, que apresentem elevado potencial de integração com micro e pequenas empresas, fornecendo conhecimento e apoio técnico às empresas, buscando torná-las competitivas nos seus respectivos mercados de atuação.

O desenvolvimento do turismo (que ainda apresenta alto grau de sazonalidade) é o grande desafio para algumas regiões, para atrair visitantes ao longo de todo o ano, sendo a melhoria da infra-estrutura turística e a qualificação e capacitação de mão-de-obra já o maior desafio (SECRETARIA DE ECONOMIA E PLANEJAMENTO DO ESTADO DE SÃO PAULO, SEADE, 2008). A falta de qualificação é importante, porque estas inter-relações, além dos serviços turísticos e atividades produtivas, envolvem o comércio da localidade, que tem seu movimento aumentado nos períodos de maior fluxo.

Comparando as localizações dos APLs e aglomerações encontradas nas diversas literaturas utilizadas com mapas turísticos podemos notar onde as atividades estão interligadas, o que nos permitiu formular o quadro a seguir:

Quadro 6 - Municípios com APLs ou aglomerações e sua classificação turística

| APL | município | Classificação Turística |
|--|--------------------------|---------------------------------------|
| malhas | Lindóia | Estância hidromineral |
| malhas | Águas de Lindóia | Estância hidromineral |
| malhas | Socorro | Estância Hidromineral e turismo rural |
| Aeroespacial | São José dos Campos | Parques temáticos e de diversão |
| Alimentos | Marília | não tem |
| Bichos de Pelúcia | Tabatinga | não tem |
| Bordados e enxovais | Ibitinga | Estância Turística |
| Café fino | Espírito Santo do Pinhal | Turismo rural |
| Café Fino e calçados masculinos | Franca | não tem |
| Café Fino | Pirajú | não tem |
| Calçados femininos | Jaú | não tem |
| Calçados infantis | Birigüi | não tem |
| Cerâmica Artística | Porto Ferreira | não tem |
| Cerâmica Estrutural | Itu | Estância Turística |
| Cerâmica Estrutural | Laranjal Paulista | não tem |
| Cerâmica Estrutural | Tambaú | Parques temáticos e de diversão |
| Cerâmica Estrutural | Tatuí | não tem |
| Cerâmica Estrutural | Panorama | Estância Turística |
| Cerâmica Estrutural | Vargem Grande do Sul | não tem |
| Cerâmica de Revestimentos | Santa Gertrudes | não tem |
| Couros e artefatos | Presidente Prudente | não tem |
| Eleto-eletrônicos (segurança) | Garça | não tem |
| Equipamentos médicos, tecnologia da informação | Campinas | não tem |
| Equipamentos odontológicos | Ribeirão Preto | não tem |
| Flores | Holambra | Estância Turística |
| Frutas | Catanduva | não tem |
| Frutas | Jales | não tem |
| Frutas e moda adulta, moda infantil | Jundiaí | não tem |
| Hortifruticultura | Itapetininga | não tem |
| Jóias folheadas | Limeira | não tem |
| Jóias de ouro | São José do Rio Preto | Parques temáticos e de diversão |
| Moda infantil | Amparo | Estância hidromineral |
| Moda infantil | Cerquillo | Turismo rural |
| Moda infantil | Novo Horizonte | não tem |
| Moda infantil | Tietê | não tem |
| Moda íntima | Auriflama | não tem |
| Moda praia | Baixada Santista | Estância balneária |
| Móveis | Itatiba | não tem |
| Móveis | Mirassol | não tem |
| Têxteis | Americana | Parques temáticos e de diversão |
| Álcool | Piracicaba | Turismo rural |

| | | |
|--|-------------------------|---------------------------------|
| Cosméticos | Diadema | não tem |
| Transformados plásticos e metal mecânico | Grande ABC | Parques temáticos e de diversão |
| Couro e calçados | Santa Cruz do Rio Pardo | não tem |
| Vinho | São Roque | Estância Turística |
| Metal mecânico | Sertãozinho | não tem |

Fonte: Elaboração própria

Apesar de o quadro revelar indícios de onde pode haver uma inter-relação entre o setor produtivo e o setor turístico, não podemos nos ater a ele, uma vez que conforme explicado neste trabalho, a classificação turística, muitas vezes, atende mais a critérios políticos do que critérios técnicos. Localidades que apresentam fluxo turístico não constam nele, como o caso de Jundiaí, e localidades que não apresentam fluxo turístico não são consideradas turísticas, mas apresentam aglomerações relevantes de empresas prestadoras de serviços turísticos, como Brotas.

Algumas localidades, apesar de não ter classificação turística no cruzamento dos mapas apresentados, fazem parte de circuitos turísticos, como o caso de Jaú, que faz parte do circuito CAMINHOS DO TIETÊ e CIRCUITO CENTRO OESTE PAULISTA, e que apesar de não ter relação com a produção do município (que não é um produto turístico), o consumo pode ser estimulado com estratégias que vinculem produção ao turismo, já que a cidade é conhecida como a "Capital do Calçado Feminino". Isso poderia transformar os turistas em consumidores, estimulando assim o consumo interno, uma vez que quase 100% são femininos para crianças e adultos, com boa parte destinada ao mercado externo. Segundo a Secretaria de Economia e Planejamento e a Seade (2008), o município de Jaú possui cerca de 200 fábricas de calçados femininos que, juntas, produzem uma média de 75 mil pares de calçados por dia. A maior parte das empresas é de pequeno porte. O município deve ser beneficiado por se tornar também um Pólo Turístico com a Hidrovia Tietê-Paraná, que deve também facilitar o transporte da produção.

Nesta classificação também não constam municípios com vocação turística, como Franca (APL de calçados masculinos). O turismo ecológico é vocação na região de Franca, que abriga hotéis-fazenda, clubes campestres e trilhas, pois a geografia da RA, com seus rios, represas no Rio Grande e serras, permite estimular novas atividades como fonte alternativa de desenvolvimento regional, como o turismo.

Apesar de toda sua vocação turística, a região não apresenta estratégias que utilizem o turismo como forma de estimular a produção, que é voltada ao mercado

externo com produtos de qualidade e que pode ser afetado pela crise econômica. A linha popular, que pode ser estimulada com novas estratégias, não recebe a atenção por causa da forte concorrência dos produtos chineses. Porém, a produção do APL calçadista de Franca é altamente beneficiada com a participação em diversos eventos promovidos pelo setor calçadista no Brasil, o que gera a ampliação do volume de negócios destes respectivos APLs, juntamente com a produção dos APLs de Jaú (APL de calçados femininos) e Birigüi (calçados infantis).

Como foi demonstrado, nem todos os APLs estão inter-relacionados diretamente ao setor de turismo, principalmente porque em muitos casos a produção não é voltada o turismo, como os casos de APLs de equipamentos médicos, APLs de alta tecnologia, combustíveis (álcool), cerâmica, jóias, etc. Em outros casos esta inter-relação não existe porque não há projetos voltados para criar esta inter-relação, possível em casos de APLs rurais e em alguns casos de APLs industriais que podem transformar seus produtos em produtos turísticos. Apesar de não haver a inter-relação direta, todos os setores econômicos são beneficiados com a criação de novas infra-estruturas, sejam elas voltadas para o setor turístico ou para o setor produtivo, em uma relação indireta.

Em alguns destes municípios, a produção se transformou em produto turístico, com ampla divulgação nos meios de comunicação, serviços de concessionárias de rodovias, e principalmente, através de eventos para promover a produção local e atrair o turista para a área produtora. Este é o caso dos municípios de Socorro (a ser detalhado no item que descreve a relação entre os circuitos das malhas e das águas), Ibitinga, Holambra e Jundiá (apesar de não possuir uma classificação, este município faz parte do circuito das frutas, também a ser detalhado, o turismo rural é muito forte). Nestes casos, a formação de circuitos turísticos tem sido a mais eficaz, denominando uma região como turística e transformando a produção dos APLs em produto turístico, como nos casos dos Circuitos das Malhas interligado ao Circuito das Águas Paulista.

No caso citado de Ibitinga, o bordado é a principal fonte de renda do município, com a tecnologia aprimorando as máquinas e os produtos utilizados na fabricação das confecções bordadas, essas absorvendo uma grande mão-de-obra, com acabamentos e processos artesanais, responsáveis pelo desenvolvimento econômico do município nos últimos anos (Prefeitura de Ibitinga) e deve ser beneficiado por se transformar em Pólo Turístico com a Hidrovia Tietê-Paraná. Sua produção é divulgada em por todo o país através de eventos e lojas instaladas em diversos municípios, e esse pólo deve estimular a transformação dos bordados em produto turístico.

Os eventos são utilizados por alguns APLs, principalmente os rurais, como forma de atrair os turistas ao local de produção. Os APLs industriais utilizam os eventos também para ampliar o volume de negócios, como no caso de Limeira, com o APL de jóias folheadas à ouro.

Neste caso de Limeira, há quatro projetos de tecnologia em parceria da CCDM-Ufscar, além de parcerias com o Sebrae-SP e a Secretaria da Ciência e Tecnologia, Turismo e Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo. Este APL possui cerca de 600 indústrias da cadeia produtiva, gerando em torno de 45 mil empregos diretos e indiretos, de acordo com a Associação Limeirense de Jóias (ALJ).

Segundo informações do IBGM (Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos) e APEX (Agência de Promoção de Exportações do Brasil), as exportações cresceram 75% entre 2003 e 2004 e o setor exportou mais de 700 milhões de dólares no último ano, sendo que as empresas da região são responsáveis por 50% da exportação brasileira de jóias folheadas, principalmente para a América Latina. Para aumentar ainda mais essas exportações, o setor investe numa feira internacional que ocorre em Limeira, com o objetivo de reunir todo o mercado produtor e comprador em um grande encontro anual, para expor ao mercado as melhores empresas especializadas em produtos acabados, peças brutas, materiais, insumos, componentes, equipamentos e serviços, visando o fortalecimento do setor, o aumento das exportações e conseqüentemente a criação de empregos.

Além deste APL produtor de jóias folheadas, Limeira possui outro, no setor de mudas cítricas, responsável por 65% da produção nacional (Associação dos Viveristas de Limeira e região), o que torna Limeira o maior pólo produtor de mudas do País, com aproximadamente 400 viveiristas que empregam direta e indiretamente mais de 20 mil pessoas, com 80% das mudas para exportação, e que apresenta um grande potencial para o desenvolvimento do turismo rural.

No caso da Baixada Santista⁸, a produção está inter-relacionada ao recurso natural, o mar, que cria uma demanda por roupas de praia. A produção aumenta nos

⁸ Esta região é totalmente litorânea, apresentando graves problemas na ocupação do solo. Localizada em uma estreita faixa de planície litorânea, a região é limitada pela escarpa da Serra do Mar, em plena Mata Atlântica. Marques e Foresti (2001) chamam a atenção para a falta de planejamento, com as atividades não ocupando espaços adequados. A ocupação se dá basicamente na orla litorânea, e com pouca profundidade em direção à planície costeira, que começa aos poucos a ser ocupada pela expansão urbana,

períodos de maior movimento turístico, ou seja, no verão, onde o fluxo nas estâncias balneárias se torna maior e a demanda por estes produtos também. O crescimento urbano e a ampliação do turismo têm contribuído para o surgimento e a expansão de diversas atividades do setor de serviços, principalmente na área de alimentação e hospedagem e, também, na de serviços pessoais e sociais. O comércio regional tem recebido o impacto do crescimento das cidades, ocorrendo maior diversificação e ampliação da oferta de hipermercados, lojas de conveniência e de *shopping centers*.

Os municípios que compõem a Baixada Santista formam o Circuito Turístico da Costa da Mata Atlântica, que reúne 245 atrações dos nove municípios da Baixada Santista. O objetivo das ações do SEBRAE-SP, em conjunto com o Santos e Região Convention & Visitors Bureau (SRCVB), é usar essas atrações para divulgar o turismo no período de baixa temporada e consolidar o turismo de negócios na região. Além das já conhecidas praias, as atrações da região foram divididas em roteiros históricos e culturais, científicos e ambientais, e ecológicos e rurais. De acordo com informações da Central de Receptivo, localizada em Santos, as agências de viagens já podem oferecer aos seus clientes desde passeios panorâmicos até roteiros de um dia pelas cidades da região. São 161 km de praias de diversos tipos e áreas que concentram a maior biodiversidade do mundo (algumas espécies de fauna e flora da Mata Atlântica não existem em outras partes do planeta).

5.3 - Circuitos Turísticos

Como vimos até agora, os Circuitos Turísticos têm sido a melhor forma de estimular a produção dos APLs e promover a inter-relação entre o setor produtivo e o setor turístico. No Estado de São Paulo, a política de apoio ao turismo também têm como um dos seus enfoques a questão dos “Circuitos Turísticos”. Os principais estão relacionados a seguir:

que já não comporta uma ocupação maior na orla, ameaçando a vegetação no interior da planície. A exploração imobiliária é intensa, ameaçando áreas de mangues próximas às orlas litorâneas parara loteamentos inapropriados para o local. Isso se dá devido ao maior valor das terras próximas à orla. A partir dos anos 1980, com a crescente poluição e superlotação das praias, dois vetores de expansão são identificados: enquanto a população de maior poder aquisitivo migra para o Litoral Norte, a população de menor poder aquisitivo migra para o Litoral Sul, transformando estas áreas em redutos de especulação imobiliária.

QUADRO 7 – CIRCUITOS TURÍSTICOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

| | |
|---|--|
| <u>Aventura e Lazer</u> | <u>Caminho dos Tropeiros</u> |
| <u>Capital / Caminhos do Mar</u> | <u>Circuito BR (Arte, Aventura e Natureza)</u> |
| <u>Circuito Café com Leite Paulista / Circuito do Nordeste Paulista</u> | <u>Circuito Caminhos do Rio Paraíba</u> |
| <u>Circuito Chapada Guarani</u> | <u>Circuito da Cultura Caipira</u> |
| <u>Circuito das Águas e Nascentes</u> | <u>Circuito das Águas Paulista</u> |
| <u>Circuito das Frutas</u> | <u>Circuito dos Lagos</u> |
| <u>Circuito Ecocaipira</u> | <u>Circuito entre Serras e Águas</u> |
| <u>Circuito Itapararanga</u> | <u>Circuito Mantiqueira</u> |
| <u>Circuito Sertanejo</u> | <u>Circuito Tietê Vivo</u> |
| <u>Circuito Vale Histórico</u> | <u>Pólo Cuesta</u> |
| <u>Rota do Guarani</u> | <u>Roteiro Cultural da Imigração Japonesa</u> |
| <u>Roteiro dos Bandeirantes</u> | |

Fonte: <<http://www.idasbrasil.com.br/idasbrasil/geral/port/circuitos.asp>>

Segundo Fuini (2008), considerando sua a grande variedade setorial, esses Circuitos podem ser agrupados segundo alguns atributos principais:

- a) Belezas naturais (Montanhas, cachoeiras, trilhas);
- b) Qualidade das águas e do clima (Estâncias);
- c) Referenciais históricos e culturais;
- d) Produção agrícola e industrial típicas;
- e) Gastronomia.

Ainda segundo Fuini (2008), cada um destes Circuitos, pode formar comitês gestores para elaborar diretrizes gerais que coordenem as ações dos municípios integrantes do Circuito. Isto pode ser feito por meio de variadas estruturas de governança, como as Associações, ONGs, Agências de Desenvolvimento regional, OSCIPs (Organização da Sociedade Civil de Interesse público), não se caracterizando como órgãos fechados aos prefeitos e poderes públicos, pois se abrem à participação de empresários, da comunidade, instituições de classe, o terceiro setor, instituições de ensino e das prefeituras.

Alguns destes circuitos estão atrelados a aglomerações produtivas rurais, industriais e agroindustriais, sendo que em alguns casos há APLs já reconhecidos pela Secretaria de Desenvolvimento do Estado de São Paulo⁹. Estas aglomerações se utilizam dessa formação dos circuitos para gerar ganhos extras pela prestação de serviços, caso comum das aglomerações rurais que recebem turistas nas áreas de

⁹ Ver quadro 5 - APLs reconhecidos pela Secretaria de Desenvolvimento do Estado de São Paulo, páginas 151 e 152

produção e ganham com hospedagem e refeição, ou então se utilizam dessa estratégia para aumentar a demanda local com o fluxo de turistas, que acabam se tornando consumidores da produção destas aglomerações.

Os circuitos permitem a divulgação da produção através de eventos que divulgam a região ou por ações de marketing mais eficazes nos meios de comunicação. Esta estratégia influencia a competitividade de três modos: pelo aumento da produtividade das empresas ou setores componentes; pelo fortalecimento da capacidade de inovação e, conseqüentemente, pela elevação da produtividade; e pelo estímulo à formação de novas empresas, que reforçam a inovação e ampliam o agrupamento. Além disso, esta estratégia valoriza os APLs, gerando seu enraizamento no local graças às vantagens competitivas que proporcionam, e que normalmente estão associadas à ação cooperada e à maior facilidade de aperfeiçoamento do conhecimento técnico e organizacional.

Convém lembrar que a definição de APLs mostra que eles representam redes de atividades produtivas fortemente interdependentes e articuladas, nas quais as empresas são integradas em sistemas colaborativos de produção e inovação, formando parcerias e alianças estratégicas, formando “a idéia de junção, união, agregação, integração” descrita por Porter. Segundo Silva (2004) a reunião de empresas na forma de *clusters*, permite o surgimento de determinadas características que possibilitam o aparecimento de ganhos econômicos. No caso dos circuitos, há uma interligação entre sistemas e setores da economia diferentes, formando as novas combinações de Schumpeter¹⁰ e que geram estes ganhos econômicos. Esta regionalização das atividades produtivas e de serviços é um importante instrumento de planejamento territorial que pode viabilizar a implantação das aglomerações (*clusters*) para promover a expansão do turismo (SILVEIRA, 2004).

Neste contexto, o SEBRAE atua de forma a explorar o potencial econômico das regiões e criar pólos geradores de emprego e renda. O SEBRAE-SP trabalha, desde 2001, o conceito do turismo como negócio por meio de parcerias e envolvendo todas as comunidades atendidas, respeitando as vocações turísticas, culturais e naturais locais. O Estado carrega uma grande marca de turismo emissivo, direcionando turistas para outros Estados. "O objetivo é, portanto, capacitar grupos para manter o turista em São Paulo, explorando as riquezas culturais, históricas e naturais do Estado", afirma José Bento

¹⁰ Ver capítulo 3, página 101.

Desie, coordenador de Turismo da Unidade de Desenvolvimento Territorial do SEBRAE-SP.

A entidade definiu sete eixos de vocação turística no estado: Litoral, Serra do Mar, Serra da Mantiqueira e eixo dos Quatro Rios - Tietê, Grande, Paraná e Paranapanema. Com o cruzamento dessas vertentes, surgiram 25 circuitos que estão sendo elaborados estrategicamente como destinos turísticos. Em seis anos, o SEBRAE-SP, em conjunto com uma série de parceiros locais, contribuiu para a criação dos 25 circuitos, com uma média de 300 empresas e de sete municípios envolvidos em cada um deles.

Pela grande quantidade de circuitos, escolhemos alguns de maior relevância para este estudo a serem descritos a seguir.

5.3.1 - Circuito das Frutas

Na Região Administrativa de Campinas foram implantados grandes empreendimentos turísticos e de lazer, como os parques temáticos de Vinhedo e Itupeva, localizados às margens da Rodovia Bandeirantes. Além disso, alguns municípios têm como tradição a apresentação de feiras e exposições periódicas de seus produtos agropecuários, como é o caso de Holambra, com a Expoflora; de Atibaia, com as festas de Flores e Morangos, da Uva, do Pêssego, do Figo e Expolegumes; e de Louveira e Jundiaí, com a Festa da Uva.

A capacidade de atração de cada região ou localidade passa a depender, cada vez mais, do conjunto de elementos locais, naturais, econômicos, sociais, culturais e políticos, complementares ou sistêmicos, e neste circuito sua capacidade de atração está no meio rural, com o turismo atuando como uma alternativa complementar ao processo de desenvolvimento. A iniciativa privada atua como promotores territoriais do turismo a partir da divulgação da região como grande produtora de frutas, ações de marketing, a implantação de novas estruturas para atendimento ao turista (hotéis, restaurantes, lojas comerciais, etc.) e ampliação das já existentes, com a conseqüente melhoria da estrutura necessária para o atendimento ao turista. Para Secretaria de Economia e Planejamento e o SEADE (2008, p 7-8):

Há, na RA, uma produção significativa de frutas, nos municípios de Indaiatuba, Itatiba, Itupeva, Jarinu, Jundiaí, Louveira, Valinhos e Vinhedo, que, inclusive, formam o Pólo Turístico do Circuito das Frutas. Os principais produtos são uva, figo, goiaba, caqui, pêssego e morango, cuja comercialização e degustação têm impulsionado não só o agronegócio, mas também o turismo da região.

A agropecuária regional destaca-se, ainda, por apresentar, em muitos casos, rendimentos físicos por hectare que são superiores à média estadual. É a primeira região no país em índice de mecanização, uso de adubos, de sementes selecionadas, etc. Com isso, registram-se ganhos de produtividade, otimização dos processos produtivos e introdução constante de inovações tecnológicas.

A agricultura apresenta grande articulação com a indústria, formando complexos agroindustriais, com elevada participação de produtos exportáveis ou destinados ao mercado urbano de maior poder aquisitivo.

A partir disto, pode-se concluir que a região apresenta tradição na produção de frutas, com uma grande especialização setorial com qualidade reconhecida pelo mercado. Segundo o SEBRAE – SP (2008) destacam-se na região do Circuito das Frutas a vivência rural, a produção de frutas, a produção artesanal do vinho e dos doces e a vida em contato com as raízes culturais e históricas do povo brasileiro.

Com relação ao perfil dos municípios que compõem o CT, o município de Jundiaí é grande produtor de frutas, principalmente uva Niágara e morangos, além de outros hortifrutigranjeiros e aves de corte. Nacionalmente conhecida como “Terra da Uva”, Jundiaí ganhou este apelido pela produção de uva niágara rosada, surgida espontaneamente na década de 30 nos vinhedos do município. Este município pode ser um dos APLs potenciais de frutas reconhecidos pela Secretaria de Desenvolvimento do Estado de São Paulo. A cidade é marcada pela presença imigrante, pela cultura e pelo enorme patrimônio histórico, fruto de um desenvolvimento que marcou o crescimento do estado de São Paulo.

Atualmente, Jundiaí é ainda a maior produtora de uva niágara do país, produzindo também pêssego, morango, caqui e outras frutas. Este APL é altamente beneficiado com as políticas turísticas para o circuito, com sua produção conhecida pelo país inteiro por eventos como festas, feiras e demais eventos que divulgam sua produção, além de possuir uma alta demanda local em função dos turistas, que além de consumirem as frutas, geram ganhos extras pelo turismo rural. Neste caso, os produtores rurais recebem os turistas em suas propriedades para conhecerem a produção, o que gera ganhos extras por serviços prestados, como hospedagem, refeição, etc. Destacam-se as Festas do morango e da Uva, além da Festa De La Colônia Italiana, realizada anualmente no município.

A agropecuária é bastante importante para a economia do município de Atibaia, conhecido como a Cidade das Flores e dos Morangos. O município de Atibaia abriga indústrias modernas e de alta tecnologia em diversos setores e segmentos, como têxtil, frutas congeladas, concreto, laticínios, náutica, metalúrgica, máquinas para concreto,

isolantes, química e molas. Cercada pela Serra da Mantiqueira, Atibaia possui inúmeros atrativos turísticos, entre eles a Pedra Grande, mirante onde são praticadas várias atividades de aventura. Grande produtora de morango, a cidade também é palco anualmente de várias festas, entre elas a Festa do Morango e Festa das Flores. A cidade possui ainda inúmeros outros atrativos rurais, históricos, culturais e naturais.

O município de Indaiatuba caracteriza-se pela produção de uvas e acerola orgânica. O bairro da Helvetia, que reúne a comunidade suíça constitui-se em uma atração à parte em especial pela sua famosa Festa da Tradição, realizada anualmente. Indaiatuba realiza ainda a Festa das Nações Unidas de Indaiatuba que reúne pratos típicos, muita música e dança no coração da cidade.

O município de Itatiba é produtor de grande variedade de frutas, com destaque para o Caqui. A cidade possui também enorme patrimônio cultural e histórico, além de ser nacionalmente conhecida pela produção de móveis. Destacam-se em seu calendário de eventos a Festa do Caqui, realizada em abril e a tradicional Festa de San Genaro.

Produtora de uvas, morangos e pêssegos, Itupeva, cujo nome provém do tupi-guarani, “cascata pequena” é marcada por sua extensa área rural e pela produção de mel, cachaça. A cidade realiza a Festa da Uva anualmente.

Valinhos atualmente realiza anualmente uma das Festas mais conhecidas e visitadas do Circuito das Frutas a Festa do Figo e Expo Goiaba, reunindo exposição de frutas, produtos artesanais, manifestações culturais e uma variada gastronomia, que inclui diversos doces e receitas com frutas, dentre elas o delicioso figo com chocolate.

Jarinu produz morangos, pêssegos e ameixa, dentre outras frutas. Seu calendário de eventos destaca-se pelas Festas da Ameixa realizada no mês de dezembro e Festa do morango, com inúmeros pratos típicos realizada no mês de junho.

Com uma história que se inicia em meados no século XVI, Louveira destaca-se hoje pela produção de uvas, caquis, pêssegos, figos, ameixas e morangos. Possui grande patrimônio histórico e cultural. O turismo rural envolve gastronomia típica, visita a fazenda histórica, vinhos artesanais, doces e cachaças. A cidade realiza todos os anos as tradicionais Festas da Uva, de Santo Antonio, da Primavera e de Nossa Senhora da Abadia.

A Estância climática de Morungaba destaca-se pela produção de uvas, figo, laranja e pêssego, além das tradicionais compotas, doces e temperos conhecidos em todo o País. Por fim, o município de Vinhedo realiza anualmente a Festa da Uva, que se

destaca pelos inúmeros atrativos culturais, dança, música e exposição de frutas, além de realizar também, anualmente, inúmeros eventos culturais.

Segundo a Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas (2008), o turismo rural surgiu como uma nova alternativa de geração de renda para o meio rural no final da década de 90, como fator de agregação de valor aos produtos rurais, bem como as próprias propriedades. Esta modalidade de turismo tem sido vista, desde então, como uma interessante forma de fortalecer o meio rural, as propriedades e nos proprietários. Para a ATRCF (2008):

Da união de vários proprietários rurais que passaram a discutir a profissionalização e a organização do turismo rural na região de Jundiaí, nasceu, em outubro de 2000, a Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas.

A Associação hoje representa propriedades rurais que atuam no turismo rural dos 10 municípios que compõe o Circuito das Frutas: Atibaia, Indaiatuba, Itatiba, Itupeva, Jarinu, Jundiaí, Louveira, Morungaba, Valinhos e Vinhedo e tem trabalhado com objetivo de defender os interesses destes proprietários, bem como promover os produtos turísticos locais.

A Associação foi fundada com objetivo de desenvolver, estruturar, organizar e divulgar o turismo rural no Circuito das Frutas. Atualmente, conta com parcerias com o poder público municipal, dos municípios que compõem o Circuito, bem como com as Secretarias de Turismo e Agricultura do Estado, além de entidades como Sebrae, Senar, entre outras. A Associação tem trabalhado de forma bastante efetiva com o objetivo de estabelecer parcerias diversas objetivando defender os interesses e atender as necessidades de seus associados, bem como de toda a região. São objetivos da Associação:

- Incentivar e promover a atividade turística no meio rural e urbano, com características rurais;
- Auxiliar e apoiar, de maneira técnica e prática, os associados de diferentes segmentos interessados em investir na atividade turística;
- Conseguir maior representatividade junto aos órgãos públicos e privados no que se refere ao desenvolvimento da atividade turística, fortalecendo assim, as atividades no meio rural, através de incentivos e programas específicos.
- Integrar as áreas rurais com interesse turístico, dos municípios do Circuito.
- Fomentar e apoiar atividades e empresas de turismo em área rural, visando a sua integração harmônica e o desenvolvimento sustentável da região.
- Conscientizar a sociedade para a importância do turismo em área rural
- Contribuir para a elevação da qualidade dos serviços turísticos rurais, compatíveis com as características e exigências do mercado.
- Estimular a ampliação dos negócios turísticos rurais.
- Promover o engajamento das comunidades rurais com a atividade turística, valorizando a relação do homem com o meio rural como foco de atratividade.
- Estimular e apoiar debates com temas relevantes sobre o turismo rural sustentável.

- Estimular, apoiar e realizar ações, cursos e atividades voltadas para a qualificação e capacitação de recursos humanos para o turismo rural do Circuito das Frutas.
- Estimular e promover a integração dos setores públicos e privados no apoio ao desenvolvimento sustentável do turismo rural, dentro da visão de cadeias produtivas.
- Promover, incentivar e estimular a criação e a melhoria da infra-estrutura para a atividade de turismo em área rural.
- Buscar junto ao órgão de extensão rural de seu Município/Estado/União, ações e/ou parcerias no sentido de desenvolver o turismo rural sustentável.
- Estimular, apoiar e financiar trabalhos de Fomento do rural, Pesquisa técnica e mercadológica;
- Informação e divulgação, Organização de empreendedores, Gestão de negócios de turismo rural, Organização e fortalecimento institucional;
- Preservação e conservação do patrimônio cultural e ambiental local e regional.
- Incentivar o aperfeiçoamento e promoção do artesanato local e da arte popular.

Entre os benefícios da Associação, temos:

- Participação nas maiores feiras de turismo do Brasil com material promocional em estande da Associação ou estande de parceiros;
- Descontos para produção de material promocional;
- Divulgação da propriedade no site da Associação, com administração individual para inserção de materiais e fotos;
- Participação em projetos como o Programa de Turismo Rural Cooperativo, Selo de Qualidade em Turismo Rural e capacitações diversas;
- Assessoria técnica especializada para a adequação à Carta de Princípios do Turismo Rural;
- Possibilidade de integrar roteiros turísticos regionais;

Segundo Cruz (2008 b), cabe ao MAPA aumentar e aperfeiçoar o relacionamento com entidades públicas e privadas (Federal, Estadual e Municipal); a articulação e negociação com representações do agronegócio; e elaboração, implementação e execução de políticas e ações de interesse para o setor.

Verdi (2008) mostra a importância da agricultura nesta região ao afirmar que no domínio Agroalimentar, a produção de certas regiões pode:

- conferir uma especificidade ao produto.
- Determinar sua distinção e sua preferência no mercado.

A agricultura, então se desenvolve juntamente com o turismo, promovendo o desenvolvimento sustentável e a competitividade e estimulando o turismo pela divulgação da região Segundo o projeto do circuito (Decreto n 47.180 de 2/10/2002) a região é um Pólo de referência em fruticultura, com excelente localização geográfica e apresenta diversidade dos atrativos, infra-estrutura de pesquisa – SAA/SP e eventos culturais relacionados à fruticultura. Como elementos favoráveis, Verdi (2008) apresenta:

- Concentração a produção no espaço geográfico – Aglomeração Produtiva.

- Organização dos agentes.
- Associação do Turismo Rural.
- Circuito – Fóruns.
- AVA.
- AGROTEC.
- Projeto Revitalização da Vitivinicultura.
- Instituições de estudos e pesquisas que atuam na região – APTA – UNICAMP .
- Especialização setorial - Fruticultura.
- Tradição de Produção.
- Qualidade já reconhecida pelo mercado.
- Eventos culturais relacionados à Fruticultura.

Como elementos desfavoráveis, esta autora apresenta:

- Expansão urbana e industrial - valorização da terra.
- A falta de uma “Governança territorial eficaz”.
- Ausência de uma estratégia coletiva para a região.
- Desconhecimento das tendências do mercado.
- Tratamento dos problemas de forma parcial, individual.
- Informalidade.

A agricultura nesta região precisa resolver estes problemas citados, para que não ocorram os impactos negativos. A atividade turística nesta região pode vir ocasionar benefícios ao centro receptor como o aumento dos empregos, a melhoria dos rendimentos e a diversificação do comércio e dos serviços, e, portanto, não pode ser pensada de forma parcial ou individual. A ausência de estratégias coletivas e de uma governança eficaz impede que os problemas sejam resolvidos de forma eficaz, trazendo impactos negativos devido a falta de governança eficaz e de qualificação profissional para lidar com a atividade turística em conjunto com a atividade rural.

A regularização das atividades no meio rural combinadas com a atividade turística através de programas e projetos para o gerenciamento do turismo deve ser aplicada pelos municípios para preservar e garantir o desenvolvimento do setor, o que só pode ser realizado com uma coordenação entre os atores envolvidos para que as soluções sejam discutidas e possam atingir a todos. O modelo de governança proposto por Corsi ¹¹ permite identificar os problemas de maneira mais eficaz e propor soluções

¹¹ Quadro 4 – Fatores de organização e apoio às atividades turísticas no meio rural, página 24.

mais eficazes, uma vez que define os fatores de organização e apoio às atividades turísticas no meio rural necessárias para a implantação eficaz da atividade.

O Estado, por sua vez, deve definir normas, regras e convenções para regular a economia e o comportamento social dos indivíduos, criar políticas que estimulem o meio rural e a pluriatividade, criar e manter a infra-estrutura básica, com os órgãos públicos tendo como principais ações a melhoria de rodovias; melhoria da infra-estrutura urbana; propaganda junto a feiras e a outros eventos relacionados ao turismo; organização de eventos; realização de cursos de treinamento de mão-de-obra do turismo, criação de novos pontos de atração turística e regulação da atividade através da criação de leis que procuram, principalmente, definir a relação com o ambiente natural. Esta atuação deve ter como objetivo a inclusão da população nos empreendimentos, de modo a gerar melhoria da qualidade de vida local.

Como já vimos no capítulo 1, essa pluriatividade da empresa rural que permite o incremento dos produtos e o aumento da sua comercialização havendo uma agregação de valores, é uma fonte de geração de empregos ampliando o mercado de trabalho e fixando o homem do campo em seu ambiente de origem (diminuição do êxodo rural, e conseqüentemente da expansão urbana), complementa a renda do produtor e proporciona o resgate das tradições culturais formando uma identidade local, permitindo que a região seja reconhecida como grande produtora de frutas.

Com relação à infra-estrutura e vias de acesso, a região conta com as principais rodovias do Estado de São Paulo, com seus eventos divulgados em revistas distribuídas pela Autoban nos pedágios. A Autoban detém a concessão das principais rodovias no Estado, e é um importante ator para a divulgação da região entre as pessoas que se utilizam das rodovias paulistas. Segundo o Ministério do Planejamento e o IBGE (2007), existe um padrão de viagens comum em todas as Unidades da Federação, qual seja: os brasileiros deslocam-se prioritariamente por via terrestre. Para Beni (2003), a privatização se refere a uma situação econômica em que os principais desenvolvimentos da economia são estimulados por investidores do setor privado, situação clássica na maioria dos países desenvolvidos do mundo. O argumento que a rege é o da sensibilidade (sintonia) ao mercado, essencial para o desenvolvimento sustentado, que só pode ser conseguida ou conquistada por investidores e empresários diretamente mais envolvidas no próprio mercado. Este autor acredita que o sistema de parceria com a iniciativa privada é o único meio, a curto e médio prazo, para enfrentar a escassez pública de recursos financeiros disponíveis.

A reorganização das aglomerações produtivas desta região se dá em conjunto com o turismo de eventos e o turismo rural, como forma de atrair consumidores. Na época das safras das frutas, o visitante tem a opção do “colha e pague”, tendo a experiência única e inesquecível de levar para casa uma fruta saborosa que ele mesmo colheu do pé (REDAÇÃO IG, 2008). Além de conhecer as paisagens naturais de cada cidade, os turistas podem fazer vários outros passeios, como adegas de vinho artesanal e licores; fazendas históricas de café; apiários e orquidários, alambiques de pinga, restaurantes que servem comidas típicas da região, passeios a cavalo, entre outros envolvidos com o meio rural da região. Os eventos relacionados à produção de frutas promovem as cidades como atrativas para os turistas, que por sua vez consumirão os produtos fabricados nas aglomerações locais, contribuindo para um aumento da produção e da competitividade, fornecendo melhores condições de escoamento da produção, trabalhando de forma inter-relacionada ao setor agrícola.

Segundo o apresentado por Verdi (2008), pelo SEBRAE (2008) e pela ATRCF (2008), podemos concluir que região apresenta grande tradição em fruticultura, o que garante a autenticidade e agrega valor ao produto, promove o desenvolvimento regional sustentável e preserva o conhecimento tradicional sobre fruticultura para as futuras gerações. O incentivo a esta forma de organização pode promover também uma combinação da qualidade do produto com a ocupação harmoniosa do espaço rural, que vem sendo invadido pela expansão urbana e industrial na região. Esta expansão pode provocar a perda da tradição local e conseqüentemente do produto, neste caso as frutas, gerando uma queda no fluxo turístico

A Agricultura Familiar pode ser estimulada nesta região e auxiliar no processo de desenvolvimento local e descentralização da renda incluindo pequenos proprietários rurais facilitando assim, a organização da produtividade local dando alternativas ao produtor rural (Agricultura Familiar como atrativo turístico) e possibilitando as famílias rurais a serem protagonistas do seu desenvolvimento. Alguns destes agricultores, com grandes dificuldades para manter sua propriedade produtiva e sustentar sua família, acabam cedendo a pressão da especulação imobiliária e vendendo suas terras. A especulação imobiliária avança sobre as áreas produtoras devido a expansão urbana, o que promove uma valorização da terra e pressiona os pequenos produtores. As dificuldades se devem a fatores como a falta de capital, empréstimos rurais a juros altos, falta de incentivo governamental. O turismo vem neste caso como proposta de suprir a

necessidade do pequeno agricultor para gerar renda, manter a propriedade e sustentar sua a família.

5.3.2 - A integração entre o Circuito da Malhas e Circuito Paulista das Águas

Estes dois circuitos são complementares entre si, apesar da denominação Circuito das Malhas ocorrer em Minas Gerais e a denominação Circuito das Águas ocorrer no Estado de São Paulo. Os esforços dos atores na coordenação territorial se realizam nas experiências de *governança*, que às vezes desafiam fronteiras e limites político-administrativos municipais e locais, constituindo territorialidades antes inexistentes. Neste caso os limites desafiados são os estaduais e, por isso, para este trabalho estes circuitos integrados compõem um território produtor de malhas.

Segundo Fuini (2007), estes circuitos tendem a configurar um APL produtor de malhas, formado por uma tradição histórico-cultural do artesanato de malhas local e no amadurecimento de determinadas organizações e instituições do aglomerado regional. Muitas cidades deste território são estâncias hidrominerais que proporcionam o aumento do fluxo de turistas. Além disso, vemos uma integração inesperada entre ecoturismo e turismo rural com a produção de malhas, uma vez que estes tipos de turismo são muito praticados nesta região devido a proximidade com a Serra da Mantiqueira, pelo clima ameno e pela qualidade do ar. Os recursos naturais, juntamente com a produção de malhas como atrativo artificial, se localizam no primeiro anel concêntrico de Barbosa e Zamboni. O comércio de malhas, por sua vez está no segundo anel, como comércio voltado para o turismo.

A região apresenta recursos e potencialidades únicos e não reproduzíveis em outro lugar, sendo assim, uma valiosa fonte de vantagem competitiva. Os atributos naturais existentes, aliados aos econômicos, antropológicos, históricos, sociais e políticos, não são reproduzíveis ou copiáveis, o que gera uma espiral de competição inter-territorial, a qual, por sua vez, exige escalas de controle e dominação, cooperação e competição, homogeneização e diferenciação, ganho e perda de poder definidos por Swyngedown (1989 e 1997, apud DINIZ, s/d). Portanto, o capital natural é uma fonte importante de vantagem competitiva para a produção de malhas e como veremos também da produção de cachaça no Circuito das Águas.

No Estado de São Paulo, compõem este território produtor de malhas os municípios de Itapira, Serra Negra, Socorro (já reconhecido pelo governo estadual como APL produtor de malhas), Lindóia e Águas de Lindóia. Este território produtor de

malhas vai além do território do Estado de São Paulo, sendo composto também por municípios mineiros de Ouro Fino, Borda da Mata, Jacutinga, Monte Sião, Bueno Brandão e Inconfidentes. Alguns destes municípios, como Jacutinga e Monte Sião também são considerados estâncias hidrominerais. A proximidade do Circuito das Malhas com o Circuito das Águas é um fator importante para o aumento do fluxo de consumidores, sobretudo na temporada de inverno e a concentração geográfica do comércio nos municípios favorecem o fluxo de turistas ao permitir que visitem o máximo de lojas em um curto espaço de tempo.

A institucionalidade do Circuito Turístico, aliado a capacidade endógena de coordenação e regulação exercida pelas malharias locais, associações comerciais e industriais são fatores determinantes na governança desta região, sendo responsáveis pelo planejamento do APL em questão. Segundo Fuini (2007), o segredo do sucesso competitivo da produção de malhas é exatamente o entrosamento e complementariedade existente entre os municípios e os segmentos de produção de malhas, confecção e comércio (varejistas e atacadistas), e a existência de uma rede de apoio em serviços e infra-estrutura, aliado ao saber-fazer, que gera agregação de valor ao produto final. Segundo Fuini (2007), o fortalecimento do “circuito turístico” permite maior aproximação entre fornecedores de insumos (fios e implementos) com as malharias, permitindo reduzir custos e aumentar vendas. Segundo os empresários da região, a expansão de outros setores, como a atividade turística, é salutar para o fortalecimento da estrutura econômica dos municípios diante de possíveis solavancos e crises da indústria de malhas.

No Circuito das Malhas predomina o turismo de passagem, associado ao comércio de malhas. Lembramos que parte dos municípios deste circuito faz parte do Circuito Turístico das Águas/SP¹², onde destaca-se em alguns municípios, como Águas de Lindóia e Serra Negra, o turismo de estação em estâncias hidrominerais. Segundo Fuini (2007, p 76):

Os municípios dessa área, sobretudo aqueles ligados ao “Circuito das águas”, desenvolveram de forma mais ou menos acentuada, certo potencial turístico em virtude da localização privilegiada no conjunto montanhoso dos

¹² O Circuito das Águas Paulista compreende as Estâncias hidrominerais e turísticas de Amparo, Serra Negra, Socorro, Lindóia, Águas de Lindóia, Jaguariúna e Pedreira. A principal instância de governança territorial do Circuito é o Consórcio Intermunicipal do Pólo Turístico do Circuito das Águas Paulista, existente desde 4 de novembro de 2004, envolvendo as prefeituras de oito municípios com o objetivo de divulgar os atrativos turísticos e colaborar para o desenvolvimento econômico e social de Águas de Lindóia, Amparo, Jaguariúna, Lindóia, Monte Alegre do Sul, Pedreira, Serra Negra e Socorro. Os principais atrativos são o turismo termal (hidroterapêutico), histórico, de compras e mais recentemente de aventura.

contrafortes da Serra da Mantiqueira, que propiciou a exploração do turismo em estâncias hidroterapêuticas e de inverno e, mais recentemente, do turismo de aventura e de compras; o último, em consonância à produção de artigos de vestuário em malha vinculados às tendências da moda de inverno. No município de Águas de Lindóia, por exemplo, estruturou-se uma ampla rede hoteleira que, após o declínio do turismo termal, na década de 1970, passou a receber eventos e congressos de diversas especialidades profissionais.

Diante do exposto, podemos considerar que o turismo nesta região é impulsionado por recursos e ativos específicos, que não podem ser transferidos para outras regiões. O pico desta região, segundo este autor, se dá em períodos de férias de inverno, finais de semana e feriados, principalmente devido às suas belezas paisagísticas favoráveis ao turismo de inverno, como as estâncias hidrominerais, e o movimento de compras.

A integração do circuito comercial com o circuito produtivo é um dos segredos para o crescimento na confecção de malhas (FUINI, 2007). A agregação de atividades econômicas cria uma espécie de efeito de massa e uma nova economia de escala que reduz os custos, e produz um efeito de vizinhança que implica na facilidade de difusão de informações gerais e específicas, o que representa importante vantagem, com o comércio sendo favorecido com o aumento das vendas pelo fluxo de turistas e a indústria produzindo mais para atender a demanda.

O turismo contribui para casos de inversão da economia, quando no período de baixa produção do APL durante o verão, onde o consumo de malhas é menor e o turismo se torna a principal atividade econômica. Neste caso, a flexibilidade no sistema permite rapidamente que a economia local se adapte à mutação dos mercados de cada setor e permite lidar com as incertezas referentes ao mercado como atividade complementar nos períodos de grande produção, transformando os turistas em consumidores da produção local, através da integração comércio e indústria. Com isso, há um aumento da demanda provocada pelos turistas, o que ocasiona mais investimentos, e conseqüentemente o aumento da produtividade e a diminuição de custos com transporte, uma vez que parte da produção é consumida no local pelos turistas. A iniciativa privada atua como promotores territoriais do turismo, criando produtos turísticos, neste caso as malhas, são responsáveis pela implantação de novas estruturas para atendimento ao turista (hotéis, restaurantes, lojas comerciais, etc.) e ampliação das já existentes, com a conseqüente melhoria da estrutura necessária para o atendimento ao turista.

A inovação é um processo compreendido como forma de modernização e atualização em termos tecnológico, sociais e institucionais (FUINI, 2007), e no caso presente, uma forma de modernização social com geração de empregos para atender os turistas, e econômica, como forma de inversão da economia em períodos de baixa produtividade ou complemento da cadeia produtiva.

O turismo também se torna uma forma de inserção competitiva como forma de divulgação da região e de sua produção por agências de turismo e meios de comunicação, afetando, assim as características do ambiente competitivo e destacando o arranjo produtivo. Os estabelecimentos distribuem *folders* e *banners* para a divulgação entre os turistas, além de utilizar as ferramentas da informática e da web para divulgar os produtos. Existem feiras de produtores e vendedores no período de maior circulação de turistas na região como forma de aumentar o consumo, e algumas malharias participam em feiras em outras localidades do Brasil divulgando sua produção e a região. A feira mais importante é a FECIMA, Feira Nacional do Circuito das Malhas, geralmente realizada em São Paulo, e que reúne expositores vindos das cidades produtoras de malhas da região. Essa feira é um evento registrado no calendário da EMBRATUR e contribui na divulgação dos atrativos da região e sua produção.

Convém lembrar que o comércio de malhas se concentra nas principais ruas das cidades, em lugares centrais. Com base na teoria de Christaller, quando a produção de produtos e serviços é realizada em lugares centrais, a importância dos lugares será tão maior quanto maior for a importância dos produtos e serviços situados em elevada posição hierárquica e que sejam fornecidos a partir desses lugares centrais. Esta centralização das atividades faz com que o turista percorra o maior número de malharias no menor tempo possível, sem exigir grandes deslocamentos.

Alia-se à tudo isso a criação de filiais dos estabelecimentos com produção própria em outros municípios. Cria-se, então, um vínculo especial entre a competitividade e o espaço a partir destas condições citadas. Fuini (2007) demonstra claramente ao afirmar que a atividade produtiva das malhas, ainda embrionária no final da década de 1960, ganhou impulso com a descoberta de um mercado consumidor de artigos artesanais, vinculado à atividade turística consolidada no Circuito das Águas Paulista, e se expande com o progressivo investimento em maquinário têxtil – inicialmente manual e posteriormente elétrico e eletrônico – que permitiu um exponencial aumento da produtividade local. Hoje a região conta com as mais modernas tecnologias de confecção do mundo, com máquinas importadas do Japão, China e Itália,

que permitem a elevação da produtividade e maior sofisticação do produto, possibilitando a produção de uma maior quantidade de peças em 24 horas e melhor acabamento. Ainda segundo Fuini (2007, p 83-84):

Tais fatores, aliados à realização de Feiras de produtores periódicas, a partir dos anos 1970, e à formação da Associação Comercial e Industrial, nos anos 1980, fizeram a produção de malhas local se tornar mais conhecida regionalmente e nacionalmente, propiciando um crescimento das fábricas e estabelecimentos comerciais locais dedicados à produção e ao comércio de artigo de malha, permitindo uma melhor organização interna dos produtores para o investimento em marketing, acabamento e inovação dos modelos (BORIN, 2002).

A partir disso, os municípios passaram a explorar suas vocações específicas na produção de malhas, com cada município se especializando em uma variedade específica de artigo de malha e técnica manufatureira, fortalecendo as inter-relações e complementaridades na cadeia produtiva regional, como é o caso de Monte Sião/MG, Jacutinga/MG, Socorro/SP, Ouro Fino/MG, Águas de Lindóia, etc. (FUINI, 2007). Esta região exibe boa qualidade de vida, distribuição de renda e acesso a serviços básicos, com leve defasagem na escolaridade da população (FUINI, 2007). A população é incluída neste processo de desenvolvimento, uma vez que os empreendimentos movem o setor industrial, comércio e serviços, promovendo o emprego. Apesar de tudo isso, alguns produtores apontam problemas de infra-estrutura nas rodovias de Minas Gerais, em condições precárias, falta de serviços turísticos, como hotéis e lazer e falta de apoio de algumas prefeituras ao setor de malhas, o que afeta as vendas do comércio regional (FUINI, 2007).

O turismo nessa região é favorecido pela proximidade com a Serra da Mantiqueira. O clima frio, o relevo montanhoso, as matas de araucárias e os rios encachoeirados são característicos da paisagem natural da Serra da Mantiqueira. Tuan (apud Andrade e Vieira, 2003), descreveu dessa forma a atração turística de vales e montanhas:

Nas primeiras etapas da história humana, a montanha era vista com assombro, ela elevava-se acima das planícies habitadas, era remota, difícil de se aproximar, perigosa e inassimilável às necessidades do trabalho diário do homem; povos em diferentes partes do mundo consideravam a montanha como o lugar onde o céu e a terra se encontravam. A partir do século XIX, os esplendores das montanhas começavam a ser cantados e declamados, como um lugar de gloriosas alturas que arrebatavam as almas em êxtase, possuíam uma beleza sublime que era o que estava na terra mais próximo do infinito; as montanhas passaram a serem relacionadas como lugares de grande beleza, ar puro e muito benéfico à saúde física e mental, isso levou à construção de estações de saúde, hotéis, casas de repouso e centros de lazer nas montanhas. (Tuan 1980: 81).

As estâncias hidrominerais do circuito das águas são animados centros de lazer com uma avançada infra-estrutura regional hoteleira e de serviços nos moldes dos melhores e mais modernos Centros Europeus. Por isso, o Circuito das Águas tornou-se um importante centro para convenções e eventos, um local escolhido pelos amantes de esportes e do ecoturismo. Nas oito cidades que integram o Circuito é possível radicalizar com 22 modalidades de esportes de aventura: aprender ainda mais sobre a história do Brasil in loco nas fazendas que no passado abrigavam sinhás e escravos; sentir-se como uma sentinela vigiando as tropas inimigas na fronteira dos Estados de Minas Gerais e São Paulo; ordenhar vacas e ovelhas; acompanhar a produção artesanal de queijos, vinhos, cachaças e claro beber muita água mineral direto da fonte.

A prática de esportes de aventura no Circuito das Águas Paulista é bastante freqüente principalmente em Socorro, APL de malhas oficialmente reconhecido pela Secretaria de Desenvolvimento do Estado de São Paulo. Socorro se tornou um pólo bem estruturado com diversos parques de aventura que oferecem mais de 17 modalidades esportivas, além de sediar campeonatos como *rallys*, *cross country*, *down hill* entre outros. Essa grande riqueza natural propicia, além do turismo convencional, e do turismo rural, o turismo de lazer c/ várias modalidades de esportes radicais tais como: rafting, bóia-cross, canyoning, trilhas, *mountain biking*, trilhas de *jeep*, asa delta, *trike*, etc, como uma grande opção do município. Suas principais atividades econômicas são o turismo, comércio, serviços e agricultura, nas quais os consumidores podem comprar nas próprias fabricas. Existe ainda uma feira permanente de malhas, tricô e artesanato da cidade.

O *off-road* na Serra do Brejal, em Águas de Lindóia é um dos mais radicais. Já em Monte Alegre do Sul e Lindóia é realizada a prática de *rafting* e *trekking*. Ainda em Monte Alegre do Sul, o ciclo turismo está sendo implantando, Jaguariúna lidera com as cavalgadas e Serra Negra encanta com belas paisagens que faz parte do circuito de muitos motoqueiros.

Por qualquer das cidades do Circuito das Águas Paulista que se circule a história do Brasil está muito bem retratada na arquitetura dos casarões, das Igrejas e nas Fazendas de Café, que dominaram a região desde o período áureo da produção cafeeira até seu declínio em 1929. Percorrer as ruas de **Amparo** é voltar no tempo, é um museu a céu aberto com 558 prédios listados e 50 exemplares tombados em diversos estilos arquitetônicos como Neo clássico, Gótico e Art Nouveau. Na rua XV de novembro monarquistas, abolicionistas, republicanos e até comunistas, grandes formadores de opinião nacional nasceram ou residiram nela e até hoje suas casas estão preservadas. Em **Socorro**, a primeira ponte de concreto foi construída no início do século XX para receber o então governador do Estado de São Paulo. Com a imigração italiana e portuguesa as casas de

Socorro tiveram forte influência arquitetônica conferidos em 12 prédios históricos tombados e com mais de 100 listados nos entornos da cidade com tipologia Colonial, Neo Clássica e Eclética.

Jaguariúna possui poucas mas belas casas e a única Igreja em estilo Gótico da região, a Centenária Santa Maria. A antiga estação da linha Mogiana é um verdadeiro patrimônio histórico ferroviário. Na pequena e bucólica **Monte Alegre do Sul** as casas em torno da praça principal são de taipa de mão e taipa de pilão e mantêm suas características originais, além de exemplares no estilo Neo Colonial. No alto, o Santuário do Senhor do Bom Jesus tem arquitetura inspirada na igreja Renascentista Il Gesu, em Roma. As antigas fazendas de café abertas a visitação encantam pela beleza arquitetônica, mantendo suas características originais, terreiros, tulhas, senzalas, casas de colonos e mobiliário de época. Vale a visita nas Fazendas São João Baptista, em Pedreira; a Engenho das Palmeiras e Atalaia em **Amparo**

Ainda em **Amparo**, o Museu Bernardino de Campos é considerado um dos mais completos com cerca de 19 mil peças distribuídas em 11 salas. São peças da época da escravidão, mobiliário e até artefatos de guerra usados durante a Revolução de 1932.

Em **Lindóia**, no Museu Centro de Memória, uma sala especial conta a história da água mineral e mantêm um documento de compra de águas que foram enviadas à Lua na expedição da Apollo 11. **Águas de Lindóia** possui uma das mais belas obras vivas do paisagista Moderno Burlle Marx, a praça Adhemar de Barros, além do Balneário Municipal assinado por Osvaldo Arthur Brakthe.

(fonte: www.circuitodasaguaspaulista.com.br, 2008)

As águas do circuito paulista das águas, que são conhecidas internacionalmente por seu poder de cura, são um dos atrativos especiais desse circuito, sendo um dos atrativos especiais das Estâncias, que também oferecem ao turista, imagens de uma beleza natural, vales cobertos de muito verde, cachoeiras, fontes de água potável, água e clima entre os melhores do mundo. Essa oferta turística é um produto intransferível e que não pode ser reproduzido em outro lugar, o que gera o grande fluxo de turistas, que se tornam consumidores. Estas condições favorecem o Circuito das Malhas com o aumento da produção para atender a demanda.

Todas as cidades paulistas dessa região que denominamos de território das malhas, sem exceção, possuem suas referências às águas. A mais famosa é Águas de Lindóia, conhecida mundialmente por suas termas. Em 1916, o médico italiano Dr. Francisco Tozzi descobriu os efeitos medicinais de suas águas e fundou a cidade, hoje procurada por turistas do mundo inteiro para se curarem de certas doenças do aparelho digestivo. Lindóia, por sua vez, é a capital da água mineral, 40% da produção da água mineral em todo país é extraída desta cidade que fica num vale da Serra da Mantiqueira (fonte: www.circuitodasaguaspaulista.com.br, 2008).

Segundo Verdi (2008), o circuito das águas apresenta uma aglomeração que se aproveita do turismo para a venda da produção de cachaça. O turismo se torna mais

importante na medida em que há uma grande informalidade do setor, o que impede o reconhecimento oficial da região como grande produtora de cachaça. Esta informalidade dificulta também a venda da produção para outras localidades, pois não há as garantias exigidas por lei para a sua comercialização no comércio formal. Isso faz com que a produção e a venda sejam apenas na região, através do turista, que ao visitar a localidade consome o produto, e faz com que as relações no sistema produtivo se dá apenas ao nível dos produtores. Uma queda no fluxo turístico pode afetar a produção de cachaça, por isso a necessidade de formalizar o setor para que a produção possa ser comercializada em outras regiões.

Esta região detém mais de uma centena de Alambiques e grande tradição de produção. Segundo Verdi (2008) entre as instituições envolvidas com a cachaça na região temos:

- -122 Produtores;
- 2 Associações de Produtores: APROCAMAS e Associação dos Produtores de Cachaça de Socorro;
- -Prefeituras Municipais – Secretarias da Agricultura, Desenvolvimento e Turismo;
- -Consórcio do Circuito das Águas Paulistas;
- -Pólo Apta Regional Leste Paulista;
- -Laboratórios de Análises.
- -Corticeira Paulista (Jundiaí).
- -SEBRAE – SAI,

Segundo Verdi (2008) entre as principais potencialidades da região temos:

- 1- As condições físicas da região, sobretudo o relevo, o clima e a hidrografia, contribuíram para o desenvolvimento da atividade:
- O relevo constitui um limite natural para a exploração industrial da cana-de-açúcar;

O Clima e a abundância da hidrografia favorecem o turismo e, conseqüentemente, o consumo da cachaça local.

- Outro elemento que contribuiu para o desenvolvimento:
 - Cultura italiana.

Verdi (2008) alerta, porém, que há uma resistência dos produtores para entrar na formalidade, que decorre da falta de liderança e de estratégias de mercado, e de uma

delimitação geográfica adequada que dificultam o reconhecimento da região como grande produtora de cachaça.

Considerações finais

No mundo globalizado, a saída pode estar nas especificidades das localidades, e neste caso, o turismo como alternativa ao desenvolvimento tem que se centrar nas vantagens competitivas da localidade. Os atores locais, desde a comunidade, passando pelos empresários, até as principais esferas de governos são responsáveis pela geração do desenvolvimento local, atuando de forma a mobilizar as potencialidades e recursos locais. Para isso, todos os atores envolvidos nas decisões e necessitam de uma governança eficaz para coordenar o modelo de desenvolvimento que atenda as demandas locais.

O turismo, neste contexto, deve ser visto como uma indústria capaz de dinamizar a economia e, portanto, deve atender a pré-requisitos, normas e regras de planejamento baseadas na minimização dos impactos ao meio ambiente e conseqüentemente sua preservação e na urbanização organizada que gere a ordem para a ocupação do solo e evite a especulação imobiliária e perda de sustentabilidade. Para regiões deprimidas economicamente a atividade turística pode atuar como indutora de crescimento econômico, mas por si só, não reúne condições de promover o desenvolvimento econômico regional, devendo estar associada a outras estratégias de desenvolvimento.

Ao relacionarmos a atividade turística e as questões sobre o desenvolvimento sustentável, destacamos que tal atividade ao ser estudada em todas as suas movimentações e mecanismos, deva ser direcionada e planejada de forma que não venha mais tarde, se tornar mais um problema de desenvolvimento desenfreado e mal planejado. Para se atingir o desenvolvimento desejado pelas populações, seja o planejamento e as políticas públicas estabelecidas para regulamentação das práticas sociais, culturais e econômicas. Assim, o turismo para ser realizado de forma benéfica ao meio e a comunidade, podendo ser sustentável em sua prática, precisa ser planejado para evitar os impactos negativos que esta atividade pode provocar. Porém, convém lembrar que atualmente não existe uma atividade que leve ao desenvolvimento sustentável, pois todas as atividades econômicas causam impactos negativos no meio ambiente e/ou na sociedade, inclusive o turismo, sendo preciso rever o conceito de sustentabilidade. Convém lembrar também, que o turismo gera riqueza, mas apresenta dificuldades em distribuir essa riqueza devido à exclusão da população local, necessitando de políticas que assegurem a reversão de parte de seus recursos em prol da população local.

As atividades turísticas tendem a se aglomerar em torno de recursos naturais, de forma a aproveitar deste recurso para aumentar sua demanda, mas no caso do Brasil, ainda é difícil se falar em clusters, arranjos turísticos devido à falta de organização do setor. Porém, quando o turismo se insere em regiões caracterizadas por uma expressiva diversificação de sua base econômica, as atividades poderão se relacionar direta ou indiretamente com o turismo, como no caso de diversos APLs de base produtiva apresentados nesta dissertação. A relação turismo e setor produtivo torna viável pensar na atividade turística como estratégia de aumentar a demanda local e como forma de diversificação da economia, pois inibe crises na economia local quando uma de suas principais atividades se encontra em dificuldades.

Alguns destes APLs tem usado a estratégia de criação de circuitos turísticos como forma de estimular a produção, usando os circuitos como estratégia de divulgação dos produtos, bem como para atrair turistas que possam consumir a produção. O produto destes APLs acaba se tornando o produto turístico da região, como pudemos constatar nos Circuito das Frutas e na integração Circuito das Malhas Mineiro e Circuito das Águas Paulistas (que juntos formam o território das Malhas). Segundo Pecqueur (2000), cada processo de desenvolvimento local decorre de três condições básicas: da capacidade de se inovar, da capacidade de se adaptar e da capacidade de se regular. A aliança entre os setores econômicos permite uma maior capacidade de inovação, de adaptação aos períodos de crise econômica, como a que atravessamos atualmente, e a capacidade de se regular.

Por isso, defendemos a promoção de uma grande diversificação econômica nas regiões turísticas, que privilegie o desenvolvimento da agricultura, do artesanato, da pequena indústria e dos serviços não turísticos, de forma equivalente ao desenvolvimento do turismo, havendo uma relação de integração entre as atividades. Para as regiões economicamente deprimidas, considera-se que o turismo pode dinamizar localmente as potencialidades naturais e histórico-culturais, mas em essência, não é o turismo que fomenta o desenvolvimento de uma região atrasada, mas sim é o próprio nível de desenvolvimento dessa região que converte o turismo em uma atividade favorável ou não a este processo.

O turismo constitui uma atividade econômica totalmente territorializada desde que seus ativos fundamentais, os atrativos naturais e os construídos, a história e a cultura, Esta atividade possui o poder de atrair investimentos públicos e privados, nacionais e internacionais, que irão propiciar uma “embalagem” competitiva para esta

atividade, cujos elementos cruciais e estratégicos de competitividade são os diferenciais desses ativos que não podem ser “criados ou imitados com facilidade em outros lugares, o que pode levar ao desenvolvimento da localidade.

O turismo também faz parte da cadeia produtiva de diversos APLs industriais ou agro-industriais, tendo influência direta ou indireta na produção e na economia das localidades onde estes APLs estão instalados. As empresas de outros setores têm estimulado a atividade turística, como forma de impulsionar a sua produção, como a indústria e a agricultura, que dependem da visita do turista para comercializar sua produção. Nestes casos há uma interdependência, na qual o turismo influi nas vendas e pode ser considerado uma estratégia importante para as empresas. Neste caso, o turismo possui grande interesse de todos os setores econômicos, e se torna uma oportunidade de investimento para o setor industrial e agro-industrial para diversificar as fontes de renda e/ou aumentar as vendas da produção, servindo como setor de apoio, se integrando parcial ou totalmente ao APL, gerando novos ganhos, pois um dos objetivos da atividade é a maximização dos lucros dos produtores de bens para atender a demanda gerada pela atividade, agregando valor aos seus produtos.

Ao longo deste trabalho pudemos constatar que esta estratégia pode ser importante para aglomerações informais, como a da cachaça, localizada no Circuito das Águas, e que depende da visita do turista para a comercialização, pois não dispõe dos meios formais de venda.

A propagação de novas atividades, que possam estar interligadas, como no caso do território das malhas e do Circuito das Frutas permite uma maior flexibilidade da economia regional, gerando novos ganhos pelo aumento da demanda gerada pelos turistas. A flexibilidade permitida no sistema através da interligação de diversas atividades permite rapidamente que a economia local se adapte à mutação dos mercados de cada setor e permite lidar com as incertezas referentes ao mercado.

Neste estudo, constatamos que o turismo de eventos e negócios são as formas mais utilizadas para atrair consumidores ao local de produção, divulgando os produtos característicos de um dado território. Alia-se a esta estratégia, a divulgação destes eventos pelas concessionárias de rodovias que atravessam a localidade e por diversas agências turísticas, ou a utilização de IGs como forma de alavancar a produção, que caracteriza um produto que se torna conhecido por uma característica diferenciada, por ser produzido em determinada região ou território específico, com tradição para na produção deste produto. Isso leva o consumidor a ter vontade de conhecer o local de

produção e promove o turismo, e conseqüentemente a aglomeração pelo aumento da produção para atender a demanda turística. O turismo rural é importante nas aglomerações produtivas rurais ao trazer o consumidor ao local da produção e gerar novos ganhos advindos de alojamento e alimentação fornecida pelos produtores rurais. Este tipo de turismo, aliado ao ecoturismo, gera aumento de fluxo nos municípios, podendo ser aproveitados pelas aglomerações industriais, como ocorre no território das malhas, que se aproveitam dos recursos naturais para aumentar a demanda local pelo aumento do fluxo turístico.

O turismo se torna então uma importante vantagem competitiva sobre os outros produtores, pois atrai o comprador ao local de produção, minimizando os custos com transporte até outras localidades. Dessa maneira, se aplica o que Schumpeter denominou de novas combinações, com a introdução de uma nova maneira de comercializar uma mercadoria. Por isso, denominamos essa aliança do setor turístico com os setores produtivos de estratégia de inserção competitiva, por divulgar a produção e a tradição da localidade, aumentando assim a demanda e gerando o ingresso de divisas com atividades limpas, alto valor agregado, efeito multiplicador e valorização da cultura local. O turismo gera o efeito de proximidade externa ao ramo, pois o turista sempre se sente atraído a consumir a produção local. O dinheiro deixado pelo turista, tende a passar pelos diversos setores da economia, seja para aquisição de serviços ou de produtos das regiões onde visita, produzindo um efeito multiplicador que vai além do setor turístico. O aumento da demanda provocada pelos turistas ocasiona mais investimentos, e conseqüentemente o aumento da produtividade, e em muitos casos restaurando a competitividade.

Portanto, as transformações que o turismo provoca no setor produtivo são indutores de desenvolvimento e qualquer alteração na dinâmica das atividades provoca alterações no território, essencial para o processo produtivo. As novas estratégias proporcionadas pela integração das diferentes atividades produtivas ao turismo geram a mobilização endógena dos recursos e aumentam a capacidade de inovação e adaptação das regiões envolvidas para reorganizar seu sistema produtivo.

Alertamos, porém, que as empresas devem trabalhar e se comunicar “em rede”, com as relações de proximidade entre os diferentes setores da economia permitindo a troca contínua de informações, o que permite a interação e a regulação final do processo de produção. A interdependência dos arranjos produtivos e o turismo garantem a difusão do local, com informações circulando por todo o país sobre a localidade,

difundindo juntamente com os atrativos da cidade, a produção existente, incorporam elementos bastante variados no território. A rede trata das relações inter-empresariais, relações de hierarquia e cooperação, e sua estruturação garante a produção das vantagens competitivas. As capacidades dinâmicas dos sistemas locais com ambientes inovadores os projetam naturalmente para o exterior, e o turismo atua como um sistema de inovação para o comércio da produção e a projetam para o exterior através da divulgação do local. O crescimento dessas regiões deve-se a essa dinâmica propiciada pelo setor turístico na demanda, e as ligações locais desempenham papel importante para alimentar esse crescimento.

Neste contexto, o conceito de governança é importante para o bom funcionamento entre os setores interdependentes, para a elaboração de projetos e estratégias de comum interesse entre os diversos atores, unindo o setor turístico, os setores produtivos interdependentes, as esferas governamentais e associações patronais e de trabalhadores, levando em conta as peculiaridades locais e os problemas de cada ator, permitindo a melhor organização do território. Desta governança devem participar os principais atores que atuam e exercem influência nas dinâmicas econômico-territoriais locais e cujas sinergias e vínculos permitem a construção de instituições e organizações. A partir deste conceito, serão criados e fortalecidos os vínculos necessários para a geração do desenvolvimento das mais diferentes atividades, não sendo diferentes com o turismo, permitindo a estruturação da atividade e a interligação entre os diferentes setores, de forma a atender a demanda das diferentes atividades e criar estratégias conjuntas para superar os problemas e gerar o desenvolvimento da localidade.

Referências Bibliográficas

- ACSELRAD, H. Externalidade Ambiental e Sociabilidade Capitalista. In: CAVALCANTI, Clóvis (Org.). **Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável**. São Paulo: Cortez, 1995.
- ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L. Capital social e desenvolvimento local. In: LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J. E.; MACIEL, M. L. (Org.) **Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003. p. 423-440.
- ALVIN, P. **IG - Ferramenta para a competitividade: Oportunidades para MPE e pequenos produtores rurais**. SEBRAE, apresentação de Power-point para o Curso de Indicações Geográficas de Produtos Territoriais: agrícola, agroindustriais e paisagens, Rio Claro, 2008.
- AMARAL FILHO, J. A endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local. **Planejamento e Políticas Públicas**, Brasília, n. 23, p. 261-286, jun. 2001.
- AMORIM, M. A. **Clusters como estratégia de desenvolvimento industrial no Ceará**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 1998.
- ANDRADE, M. C. **Espaço, polarização e desenvolvimento: uma introdução à economia regional**. São Paulo: Atlas, 1987.
- ANDRADE, J. V. **Turismo. Fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1995.
- ANDRADE, A.C.; VIEIRA, M.L. Recursos paisagísticos e turismo no Alto Sapucaí, Sul de Minas. In: Seminário de Pós-Graduação em Graduação da UNESP, 3., 2003. Rio Claro. **Anais Seminário de Pós-Graduação em Graduação da UNESP**. Rio Claro: UNESP, 2003, p 53-62.
- ARIAS, A. R. **Proposta Metodológica para a produção de indicadores correntes sobre o mercado de trabalho no setor de turismo por meio de fontes secundárias de cobertura nacional**. Brasília: IPEA, jul. 2004.
- ASSOCIAÇÃO DE TURISMO RURAL DO CIRCUITO DAS FRUTAS. **Sobre a Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas**. Disponível em: <http://www.circuitodasfrutas.com.br/php2/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=2> . Acesso em: 30 nov.2008.
- BALASTRERI RODRIGUES, A. Turismo local: oportunidades para inserção. In: RODRIGUES, Adyr B (Org.). **Turismo e desenvolvimento local**. Editora Hucitec, São Paulo, 1997, p 55-64.
- BALSAN, R. Uma análise dos espaços de lazer e turismo da população idosa em Rio Claro – SP. In: Seminário de Pós-Graduação em Graduação da UNESP, 3., 2003, Rio Claro. **Anais do Seminário de Pós-Graduação em Graduação da UNESP**. Rio Claro: UNESP, 2003. p 484-496.
- BARBOSA, F. F. O Turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional. **Caminhos de Geografia** Uberlândia, artigo v.6, n. 14, p 107-114, fev. 2005. Disponível em: <www.ig.ufu.br/caminhos_de_geografia.html>. Acesso em: 26 nov.2006.

BARBOSA, M. A. C. e ZAMBONI, R. A. **Formação de um Cluster em Torno do Turismo de Natureza Sustentável em Bonito – MS**. Brasília: IPEA e CEPAL, 2000.

BARROCAS, R.; OLIVEIRA, L. Estudo sobre o turismo no município de Brotas, SP. In: Seminário de Pós-Graduação em Graduação da UNESP, 3., 2003, Rio Claro. **Anais do Seminário de Pós-Graduação em Graduação da UNESP**. Rio Claro: UNESP, 2003. p 465-473.

BARROS, P. M. **Indicadores necessários a formulação de políticas públicas locais para o turismo sob a ótica do stakeholders institucionais estratégicos**. 2005. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

BECKER, D. F. & BANDEIRA, P. S. **Respostas Regionais aos Desafios da Globalização**, vol. 2, Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002

BECKER, B. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. In: Yazigi et. al. **Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura**, São Paulo, 1996, p 181-193.

BECKER, B. Redefinindo a Amazônia: o vetor tecno-ecológico. In: CASTRO, I.E.; GOMES, P.C.C; CORRÊA, R.L (Org.) **Brasil: questões atuais da reorganização do território**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996 b, p 223-244.

BENEVIDES, I. P. Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1997. p 23-41.

BENI, M. C. Política e estratégia de desenvolvimento regional. Planejamento integrado do turismo. In: RODRIGUES, A. B. **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1997. p 79-86.

BENI, Mário Carlos. **Dimensão e dinâmica de clusters no desenvolvimento sustentável do Turismo**. 24 abr. 2003. Disponível em: <http://www.estudosturisticos.com.br/conteudocompleto.asp?IDConteudo=380>. Acesso em: 20 dez. 2007.

BENI, M. C. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. Aleph, São Paulo, 2003 b.

BENKO, G. (1996), A recomposição dos espaços. *Interações*. **Revista Internacional de Desenvolvimento Local**, volume 1, número 2, mar. 2001, p.7-12.

BENKO, Georges. **Economia, espaço e globalização na aurora do século XXI**. São Paulo: Hucitec, 3ª edição, 2002.

BENKO, G. & LIPIETZ, A (Org.) **As Regiões Ganhadoras. Distritos e Redes: os novos paradigmas da geografia econômica**. Ed. Celta, Oeiras: Celta, 1994.

BENKO, G. PECQUEUR, B. Os recursos de territórios e territórios de recursos. **Geosul**. Florianópolis, v 16, n 32, jul/dez, 2001. p 31-50.

BNDES – Banco de Desenvolvimento Econômico e Social (2004), *Arranjos Produtivos Locais e Desenvolvimento*. Área de Planejamento e Departamento de Produtos – DEPRO. Rio de Janeiro.

BOBBIO, Norberto. **Existe uma doutrina marxista do Estado?** In: O Marxismo e o Estado. Rio de Janeiro, Graal. 1979.

BOYER, R. **A Teoria da Regulação: uma análise crítica**. São Paulo: Nobel, 1990.

BRASIL. Lei 9.985, de 18 de julho de 2000. **Dispõe sobre o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC)**

BRESSER PEREIRA, L.C. Estado e Repartição do Valor. **Revista de Economia Política**. São Paulo, volume 2, n 3, jul.- set., 1982, p 5-29.

BRITO, J. **Relevância de PMEs em arranjos produtivos na indústria brasileira: uma análise exploratória a partir de dados da RAIS**. Rio de Janeiro: UFRJ, set. de 2002.

BROWN, L.R. **Eco-Economia: construindo uma economia para a terra**. Salvador: UMA. 2003.

BRÜSEKE, F. J. O problema do desenvolvimento sustentável. . In: CAVALCANTI, C. (Org.). **Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável**. São Paulo: Cortez, 1995.

CALLIZO SONEIRO, J. **Aproximación a la geografía del turismo**. Madrid: Síntesis, 1991. (Espacios y Sociedades, 21)

CANDIOTTO, L.Z.P.; CORRÊA, W.K. Desenvolvimento Rural Sustentável: algumas considerações sobre o discurso oficial do Governo Federal. **Geografia**, Rio Claro, v 29, n 2, maio/ago. 2004. p 265-280,

CARLOS, A.F.A. **O lugar no/do mundo**. São Paulo, Hucitec, 1996.

CARNER, F.. **Encadenamientos generados por el sector turismo**. México: CEPAL, 2001.

CASSIOLATO, J.E. & LASTRES, H.M.M. “O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas”. In Lastres Et al. (ed). **Pequena Empresa: cooperação e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.

CASTRO, C. R. A.; GUARNIERI, A. R.; NASCIMENTO JÚNIOR, A. F. Qualidade de Vida, Cultura e Sustentabilidade do Município de Ilha Comprida-SP. In: Anais do I Seminário Internacional de Desenvolvimento Local na Integração, 1., Rio Claro, 2004. **Anais do Seminário Internacional de Desenvolvimento Local na Integração**. Publicação em cd room, Rio Claro, 2004.

CASTRO, A. A. O patrimônio histórico-cultural e o turismo na Cidade Heróica de Cachoeira-BA: potencialidade x realidade. **INTERAÇÕES - Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Vol. 7, N. 11, p. 113-119, Set. 2005. Disponível em: <http://www.desenvolvimentolocal.ucdb.br/RevistaInteracoes/Interacoes_n_11.pdf >. Acesso em: 04 mar. 2007.

CEBALLOS-LASCURÁIN, H. O ecoturismo como um fenômeno mundial. In. LINDBERG, K. HAWKINS, D. **Ecoturismo: um guia para o planejamento e gestão**. 3 ed. São Paulo: SENAC, 2001.

CHARTIER, R. **A História Cultural: entre práticas e representações**. Coleção Memória e Sociedade Editora Difel (Difusão Editorial Ltda). Lisboa 1988.

CHROIX, L. La & FIRMINO, A.T. & GARCIA, C. **Algoritmos para Identificação de Aglomerações Territoriais Especializadas – ATES**. Redesist, 2003.

COCCO G. & GALVÃO A.P. & SILVA G. (Org.) **Capitalismo Cognitivo: trabalho, redes e inovação**. Rio de Janeiro: Ed. DP&A, 2003

CORREA, S. M. S. (Org.). **Capital Social e Desenvolvimento Regional**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003.

CORSI, E. Patrimônios Histórico-Culturais: uma nova perspectiva para o urbano e o rural através do turismo sustentável. **Caminhos da Geografia**, Uberlândia, v.5, n.10, p 22-34, fev/2004. Disponível em: <www.ig.ufu.br/caminhos_de_geografia.html>. Acesso em: 26 nov.2006

COSTA, A. F. M.; COLESANTI, M. T. M. Turismo Rural e Educação Ambiental: Desenvolvimento Sustentável para o Espaço Rural do município de Tupaciguara. **Caminhos da Geografia**, Uberlândia, v. 3, n. 5, p 1-8, fev.2002. Disponível em: <www.ig.ufu.br/caminhos_de_geografia.html>. Acesso em: 26 nov.2006

CRUZ, R. C. A. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

CRUZ, J. **Indicação Geográfica no Brasil: Experiências e Desafios**. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, apresentação de Power-point para o Curso de Indicações Geográficas de Produtos Territoriais: agrícola, agroindustriais e paisagens, Rio Claro, 2008.

CRUZ, J. **O Papel do MAPA nas Indicações Geográficas de Produtos Agropecuários**. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, apresentação de Power-point para o Curso de Indicações Geográficas de Produtos Territoriais: agrícola, agroindustriais e paisagens, Rio Claro, 2008 b.

DALL'ACQUA, C.T.B. **Competitividade e Participação: Cadeias Produtivas e a definição dos espaços geoeconômico, global e local**. São Paulo: Annablume, 2003.

DANTAS, M. E. Cidade e Memória: um desafio complexo para o planejamento. In: CIMDEPE – Seminário Internacional sobre Cidades Médias: Dinâmica Econômica e Produção do Espaço, 2., 2006. **Anais do Seminário Internacional sobre Cidades Médias: Dinâmica Econômica e Produção do Espaço** Uberlândia, 2006. Publicação em CD- ROOM.

DINIZ, C. C. **O papel das inovações e das instituições no desenvolvimento local**. mimeo, s/d

DROULERS, Martine e MILANI, Carlos R. S. **Desenvolvimento local e turismo em Tarrafal - Cabo Verde**. Paris: UNESCO, 2002.

DUDEK, W. Teoria do Estado Moderno: leitura econômicas e culturalistas. **Ensino e Pesquisa**. Volume 1, número 5, 2008.

ECOBRASIL. **Turismo no Brasil**. Disponível em: <http://www.ecobrasil.org.br/pagina.asp?pagina_id=16&lng=p> Acesso em 14 jan.2007.

ELESBÃO, I. Organização das atividades turísticas no espaço rural como estratégia de desenvolvimento municipal: o caso de São Martinho, SC. In: Seminário Internacional de Desenvolvimento Local na Integração, 1., 2004, Rio Claro. **Anais do Seminário Internacional de Desenvolvimento Local na Integração**. Rio Claro: UNESP, 2004. Publicação em CD-ROOM,

ESTEVE SECALL, Rafael. **Los agrupamientos (clusters) turísticos como base analítica de la competitividad de los territorios de orientación turística**. Málaga: Universidad de Málaga, 2002. Mimeografado.

FERNÁNDEZ, G.; RAMOS, A. G. Patrimônio industrial, turismo cultural y rutas turísticas para um desarrollo local sustentable. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia v.5, n.11, p 114-129, Fev/2004. Disponível em: <www.ig.ufu.br/caminhos_de_geografia.html>. Acesso em 25 nov.2006

FALCÓN, L. G. C.; JARA, Axel C. Cooperativas y desarrollo local participativo. **INTERAÇÕES - Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Vol. 7, N. 11, Set. 2005. P 17-24.

FAUCHER, P.; NIOSI, J. O Estado e as empresas multinacionais. **Revista de Economia Política**. São Paulo, volume 6, n 2, abr.jun., 1986, p 35-55.

FREIRES, O.S. **Arranjos Produtivos não podem ser uma Babel**. Unidade Organizacional de Desenvolvimento Territorial, Disponível em: <www.sebraesp.com.br> Acesso em: 20 ago. 2005.

FREITAS, S. R. **Marcas Coletivas e de Certificação**. Instituto Nacional de Propriedade Industrial, apresentação de Power-point para o Curso de Indicações Geográficas de Produtos Territoriais: agrícola, agroindustriais e paisagens, Rio Claro, 2008

FUINI, L. L. **A relação entre competitividade e território no “circuito das malhas” do sul de Minas**. 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia) Rio Claro: IGCE/UNESP, 2007.

FUINI, L. L. **Manifestações da Governança territorial no Brasil: Uma análise do Circuito das Águas Paulista e do Circuito das Malhas do Sul de Minas Gerais**. Tese (Doutorado em Geografia), IGCE/UNESP, Rio Claro, 2008. Em fase de conclusão.

FURTADO, C. Estados e Empresas Transnacionais. **Revista de Economia Política**. São Paulo, volume 1, n 1, jan.-mar., 1981, p 41-49.

FURTADO, E. M. Turismo em cidades médias: uma análise da atividade turística na cidade de Natal-RN/Brasil In: CIMDEPE – Seminário Internacional sobre Cidades Médias: Dinâmica Econômica e Produção do Espaço, 2., 2006, Uberlândia. **Anais do Seminário Internacional sobre Cidades Médias: Dinâmica Econômica e Produção do Espaço** Uberlândia, 2006. Publicação em CD- ROOM.

GALVÃO, J. & BRAGA, R. Turismo de natureza e desenvolvimento sustentável: estudo sobre a política municipal de desenvolvimento do turismo sustentável de Brotas Seminário de Pós-Graduação em Graduação da UNESP, 3., 2003, Rio Claro. **Anais do Seminário de Pós-Graduação em Graduação da UNESP**. Rio Claro: UNESP, 2003.p 279-289.

GALVÃO, J. **O processo de planejamento do turismo de natureza: reflexões sobre a construção da política municipal de desenvolvimento sustentável do turismo em Brotas**. 2004. Dissertação (Mestrado em Geografia), Rio Claro: IGCE/UNESP, 2004.

GONÇALVES, M. T. Desenvolvimento Econômico e Integração Regional: o caso de Ilha Solteira (SP). In: **Formação**, n 10, v 2, p 149-178, Presidente Prudente, 2003.

GONÇALVES, Marcos Fabrício W. **Indicações geográficas: Evolução histórica, noções gerais e reconhecimento**. ABPI, apresentação de Power-point para o Curso de Indicações Geográficas de Produtos Territoriais: agrícola, agroindustriais e paisagens, Rio Claro, 2008.

GONÇALVES, Marcos Fabrício W. **Indicações geográficas: Conflitos entre os signos distintivos**. ABPI, apresentação de Power-point para o Curso de Indicações Geográficas de Produtos Territoriais: agrícola, agroindustriais e paisagens, Rio Claro, 2008 b.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. Turismo e Serviços. **Diário Oficial**, São Paulo, suplemento, caderno 12 do Fórum São Paulo Século XXI, vol 110, número 110, 9 jun. 2000.

GRAZINOLI, Bianca Monteiro. **Circuitos turísticos mineiros: uma alternativa para o desenvolvimento do turismo**. 5 jul. 2004. Disponível em: <<http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?IDConteudo=2707>>. Acesso em: 30 nov.2008.

GROLLEAU, H. A emoção primeiro que tudo. **LEADER MAGAZINE**, Bruxelas, n. 4, 1993. p. 7-8.

GUIMARÃES N. A & MARTINS. (Org.). **Competitividade e Desenvolvimento: atores e instituições locais**, São Paulo: SENAC, 2001.

HADDAD, Paulo Roberto (Org.). **A competitividade do agronegócio e o desenvolvimento regional no Brasil; estudo de clusters**. Brasília: CNPq / Embrapa, 1999.

HADDAD, P.R. **Globalização Assimétrica**. Disponível em: <http://financenter.terra.com.br/Index.cfm/Fuseaction/Secao/Id_Secao/1643>. Acesso em: 08 jun.2007.

HAGUENAUER, L.; PROCHNIK, V. **Identificação de cadeias produtivas e oportunidades de investimento no Nordeste**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2000.

HAVAS, Francisco Ignácio. **Planejamento para o desenvolvimento do turismo**. Rio de Janeiro: Embratur, 1981. Mimeografado.

HOELLER, E. H.. Turismo de Eventos: Centventos Cau Hansen de Joinville/SC. In: ANSARAH, M. G. R. (Org.). **Turismo: Segmentação de Mercado**. – São Paulo: Futura, 2001. p 75-91.

IPEA. **Arranjos Produtivos Locais e a ação do Governo Federal no Fomento às Pequenas Empresas**. Apresentação em power-point, 2004. Disponível em: <www.ipea.gov.br>. Acesso em 02/10/2004

JACINTHO, S.M.C.; ORTIGOSA, S.A.G.; CASTELLAR, S.M.V. **As Dinâmicas Espaciais do Novo Rural Brasileiro. Material Didático**. São Paulo: SEE/UNESP/USP, 2003.

KRUGMAN, Paul. **Geografia y comercio**. Barcelona: Antonio Bosch, 1992.

LAGE, B. H. Gelas; MILONE, P. C. **Economia do Turismo**. 2ª Edição, Campinas: Papyrus, 1996.

LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J.E. **Novas Políticas na Era do Conhecimento: o foco em arranjos produtivos e inovativos locais**. Reunião Regional Sudeste da Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação, Rio de Janeiro, 16 e 17 de janeiro de 2001.

LIVRAMENTO, J. L. D.; FARIAS, M. S. S.; LIRA, V. M.; FRANCO, E. S.. Ecoturismo de Observação – O caso da Mata de Siriji. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v.7, n. 18, 162 - 178, jun/2006. Disponível em: <www.ig.ufu.br/caminhos_de_geografia.html>. Acesso em 25/12/2006.

LOPES, S.F.; SANTOS, R. J. Observação de Aves: do Ecoturismo à Educação Ambiental. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia v.5, n.13, p103-121, Out/2004. Disponível em: <www.ig.ufu.br/caminhos_de_geografia.html>. Acesso em 23 dez. 2006.

LORENZO, A. M. C.; ZAMORA, D. T. Cooperativismo agrario y turismo rural. Hacia el desarrollo local sostenible. **Interações. Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Campo Grande: v 7, n. 11, setembro de 2005. P 9-16. Disponível em: <http://www.desenvolvimentolocal.ucdb.br/RevistaInteracoes/Interacoes_n_11.pdf >. Acesso em 4 mar. 2007.

MACEDO, Douglas; RIBEIRO, Antonio Giacomini. Ecoturismo na cachoeira da Fumaça (Rio Claro) – Nova Ponte/Uberaba (MG). **Caminhos de Geografia**, v.3, n.7, p 63-76, Uberlândia, Out/ 2002. Revista disponível em www.ig.ufu.br/caminhos_de_geografia.html Acesso em 25/12/2006.

MAMBERTI, M.M.S; BRAGA, R. ARRANJOS PRODUTIVOS TURÍSTICOS E DESENVOLVIMENTO LOCAL. In: Seminário Internacional de Desenvolvimento Local na Integração, 1. 2004, Rio Claro. **Anais do Seminário Internacional de Desenvolvimento Local na Integração**. Rio Claro: UNESP, 2004. Publicação em CD- ROOM.

MARSHALL, Alfred. **Princípios de economia**: tratado introdutório. Vol.. I. 2ª ed., São Paulo: Nova Cultural, 1985. (Col. Os Economistas)

MARQUES, M. L.; FORESTI, C. Análise Espacial da Estrutura Urbana da Cidade Litorânea de Itanhaém (SP). **Geografia**, Rio Claro, Vol 26, n 1, p 7-35, abr. 2001.

MATHIESON, A. e WALL, G. **Tourism: economics, physical and social impacts**. Inglaterra: Longman Scientific & Technical, 1982.

MAY, P. Economia Ecológica e o Desenvolvimento Equitativo no Brasil. In: CAVALCANTI, C (Org.). **Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável**. São Paulo: Cortez, 1995.

MENA, F. E. S. Clima e turismo no município de Botucatu-SP. Seminário de Pós-Graduação em Graduação da UNESP, 3., 2003, Rio Claro. **Anais do Seminário de Pós-Graduação em Graduação da UNESP**. Rio Claro: UNESP, 2003.p 253-264.

MELO, I. B. N.; OLIVEIRA, L.. Espaço Municipal: Governo e Orçamento Participativo. In: GERARDI, Lúcia Helena de Oliveira; LOMBARDO, M. A. (Org.). **Sociedade e Natureza na visão da Geografia**. Rio Claro: Programa de Pós Graduação em Geografia – UNESP; associação de Geografia Teórica – AGETEO, 2004. p 61-76.

MENDES, I. A.; PEREIRA, S. C. Impactos ambientais vinculados à urbanização: o caso de Ubatuba. **Geografia**, Rio Claro, v. 29, n. 2, p 281-293, maio/ago. 2004.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO – MICT / MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE – MMA. **Diretrizes para uma política nacional de ecoturismo**. Brasília, 1994.

MINISTÉRIO DO TURISMO – **Plano Nacional de Turismo. Diretrizes e Metas e Programas**. Brasília, 2003.

MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO; INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA – IBGE; Economia do Turismo: Análise das atividades características do turismo 2003. **Informação Econômica**, Rio de Janeiro, número 5, Diretoria de Pesquisas Estudos e Pesquisas, 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO, EBAPE, EMBRATUR. **Pesquisa anual de conjuntura econômica do turismo**. Brasília, Ano 3, Mar. 2007. Disponível em: <www.turismo.gov.br/dadosefatos>. Acesso em 05 jul. 2007.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Guia para solicitação de registro de Indicação Geográfica para produtos agropecuários**. Disponível em: <www.agricultura.gov.br>. Acesso em 13 out. 2008.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **O que é Indicação Geográfica- IG?** . Disponível em: <www.agricultura.gov.br>. Acesso em: 13 out. 2008.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Vantagens de se obter a IG**. Disponível em: <www.agricultura.gov.br> Acesso em: 13/ out.2008.

MIOSSEC, J. M.. L'image touristique comme introduction à la Geographie du tourisme. IN: **Annales de Geographie**, v.58, n.473, 1977, p 55-70.

MOESCH, M. **A produção do saber turístico**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2002.

- MOLES, A. A.; ROHMER, E. **Psychologue de L'espace**. Carsterman, 1978.
- MONIÉ F.; SILVA, G. (Org.) **A Mobilização Produtiva dos Territórios: instituições e logística do desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Ed. DP&A, 2003.
- MORETTI, E. C.; RODRIGUES, A. M. Atividade Turística e Transformação Territorial: discurso e ação do Estado no Pantanal – MS. In: GERARDI, Lúcia Helena de Oliveira; MENDES, Iandara Alves (organizadoras). **Teoria, Técnicas, Espaços e Atividades: Temas da Geografia Contemporânea**. Rio Claro: Programa de Pós Graduação em Geografia – UNESP; Associação de Geografia Teorética – AGETEO, 2001. p 269-281.
- NEDER, R. T. **Crise socioambiental: Estado e sociedade civil no Brasil (1982-1998)**. São Paulo: Annablume/Fapesp, , 2002.
- NÓBREGA, W. R. M. Turismo em áreas naturais e sua relação com a comunidade local: uma reflexão sobre o ecoparque de Una – Ba. **Caminhos de Geografia** v.6, n.15, p 13-19, Jun/2005. Disponível em: <www.ig.ufu.br/caminhos_de_geografia.html>. Acesso em 23 dez.2006.
- NORONHA, E.G. & TURCHI, L. **Política Industrial e Ambiente Institucional na Análise de Arranjos Produtivos Locais**, IPEA, Brasília, mar. de 2005. Disponível em: <www.ipea.gov.br> Acesso em 20 mar. 2005.
- NÚCLEO DE ESTUDOS AVANÇADOS DE HOTELARIA E TURISMO –NEATH – EBAPE - FGV. **Boletim de Desempenho Econômico do Turismo**. Ano IV, Nº 13, fev. 2007. Disponível em: <www.turismo.gov.br/dadosefatos>. Acesso em: 07 abr. 2007.
- ORLANDO, R. S. **A escala e saberes locais: proposta efetiva para o desenvolvimento sustentável ou a adequação das práticas desenvolvimentistas na globalização?**. 2004. Dissertação (Mestrado em Geografia), IGCE/UNESP, Rio Claro, 2004.
- PECQUEUR, Bernard. *Le Développement Local*, 2ème édition, Paris: Ed. Syros, 2000.
- PEREIRA, M. F. V.; GONÇALVES, A. R. O ecoturismo em Brotas – SP; ação pública e privada na produção da localidade turística. **Geografia**, Rio Claro, v 29, n 2, p 159-167, maio/ago 2004.
- PICCOLO, P. R.; TROPPEMAIR, H. Unidades de Conservação no Estado de Sao Paulo e o Ecodesenvolvimento. **Geografia**, Rio Claro, vol 20, n 1, p 131-151, abr. 1995.
- PINHÃO, A. O.; TREVISAN, S. D. P. Cultura e turismo: imagem dos índios Tupinambá sobre Olivença. **INTERAÇÕES - Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Vol. 7, N. 11, p. 121-127, Set. 2005. Disponível em http://www.desenvolvimentolocal.ucdb.br/RevistaInteracoes/Interacoes_n_11.pdf Acesso em 04/03/2007.
- PIRES, E.L.S. **A Intervenção Estatal e a Reprodução da Força de Trabalho: Base Teórica e análise crítica dos gastos sociais no Brasil Pós-1964**. Dissertação (Mestrado em Economia), São Paulo, Universidade de São Paulo, 1989.
- PIRES, E.L.S. **OS FATORES EXPLICATIVOS DO DESENVOLVIMENTO LOCAL. Sugestões para o Debate**. DEPLAN/ IGCE/UNESP, Rio Claro, 2004.
- PIRES, E.L.S.; NEDER, R.; VERDI, A.R. **ATLAS DA COMPETITIVIDADE DOS ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS. Territórios, Atores e Proximidades**. Projeto Institucional - Ceapla / Cea / Unesp (Versão preliminar), 2005.
- PIRES, E.L.S.; MÜLLER, G.; VERDI, A.R. As Instituições e os Territórios para o Desenvolvimento, In **Geografia**, no prelo, 2006.

PIRES, Márcio de S. **Construção do modelo endógeno, sistêmico e distintivo de desenvolvimento regional e a sua validação através da elaboração e da aplicação de uma metodologia ao caso do Mercoeste**. 2001. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção), Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

PORTER, Michael. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

PORTER, Michael. O que é *Clusters*? Geranegócio. Disponível em: <www.geranegocio.com.br>. Acesso em: 06 ago. 2007

PORTER, M. **Competição = On Competition: Estratégias Competitivas Essenciais**. Elsevier, 12ª edição, Rio de Janeiro, 1999.

PORTUGUEZ, A. P.. **Agroturismo e Desenvolvimento regional**. São Paulo: Hucitec. (Coleção Turismo), 1999.

RALLET, Alain. **Economia de Proximidades: um balanço**. 2000.

REDAÇÃO IG. **Circuito das Frutas: sabores de São Paulo**. Disponível em: <[http://turismo.ig.com.br/noticia/2008/07/01/circuito das frutas sabores de sao paulo 1394619.html](http://turismo.ig.com.br/noticia/2008/07/01/circuito%20das%20frutas%20sabores%20de%20sao%20paulo%201394619.html)>. Acesso em: 30 nov.2008.

REDESIST. **Critérios para Identificação e Análise de APLs**. Texto apresentado no Seminário para discussão de conceitos e metodologia para APL, outubro, 2003.

REIS, A. F. Editorial. **Interações. Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Campo Grande: n. 11, v 7, set. de 2005. P 1-2. Disponível em: <http://www.desenvolvimentolocal.ucdb.br/RevistaInteracoes/Interacoes_n_11.pdf>. Acesso em 4mar. 2007.

RIBEIRO, J. M. F. *Clusters* e políticas de inovação – conceitos e relevância para Portugal. **Economia & Prospectiva**, Lisboa, n. 17, p. 109-129, Jul/Set. 2001.

ROCHA, G.O. R. Ecoturismo na Amazônia: uma análise das políticas públicas planejadas pela SUDAM. In: RODRIGUES, A. B. (org.). **Turismo e ambiente. Reflexões e propostas**. São Paulo: Hucitec, 2002, p. 161-177.

ROCHA, J. D.; BURSZTYN, Maria Augusta. A importância da participação social na sustentabilidade do desenvolvimento local. **INTERAÇÕES- Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Vol. 7, N. 11, Set. 2005. P 45-52. Disponível em: <http://www.desenvolvimentolocal.ucdb.br/RevistaInteracoes/Interacoes_n_11.pdf>. Acesso em 04 mar. 2007

RODRIGUES, A. M. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: RODRIGUES, Adyr B (org). **Turismo e desenvolvimento local.**, São Paulo: Hucitec, 1997. p 42-54

RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, Maria del Mar. **Competitividade e análise estratégica do sector turístico**: unha primeira aproximación á potencial creación dun *cluster* institucional para a mellora competitiva da zona Rías Baixas. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia, 2001.

RODRIGUES, Adyr A.B. Le tourisme ET lês problèmes de protection l'environnement sur le littoral de l'Estat de São Paulo. **Le Cahiers d'Outre Mer**, Lion, 41 (164), 1988.

RODRIGUES, Adyr A. B. (Org.). **Turismo e ambiente. Reflexões e propostas**. São Paulo: Hucitec, 2002, p. 117-137.

RODRIGUES, Adyr A.B. Patrimonio, Territorio Y Empreendedorismo: Pilares Del Desarrollo Del Turismo en Base Local. **Aportes Y Transferencias**, Mar de Plata, ano 7, vol 2, Universidade Nacional de Mar Del Plata, 2003, p 11- 30.

RODRIGUES JUNIOR, G. **Fatores condicionantes na formação de aglomerados no turismo: perspectiva dos empresários em região do litoral do Nordeste do Brasil.** 2004. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção), Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2004.

ROMÃO, D. A. (Org.). **Vale do Ribeira: um ensaio para o desenvolvimento das comunidades rurais.** Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário - Núcleo de Estudos Agrários e Desenvolvimento Rural, 2006.

RUIZ, J. A. M. Empreendimento Turístico, Especulação Imobiliária e Segregação Socioespacial em Ilha Solteira – SP. **Formação**, Presidente Prudente, v 2, n 10, p 179-195, 2003.

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento sustentável: A proteção do meio Ambiente.** Ed. Papirus, Campinas, 1997, 199 p.

SABEL, C.F. Flexible specialisation and reemergence of regional economiss. In: HIRST, P., ZEITLIN, J. (orgs), **Reversing industrial decline?: industrial structure and policy in Britain and her competitor**, Oxford, Berg, 1989. p 17-70.

SALAMONI, G.; GERARDI, L. H. O. Princípios sobre o ecodesenvolvimento e suas relações com a agricultura familiar. In: GERARDI, L. H. Ol.; MENDES, I. A. (Org.). **Teoria, Técnicas, Espaços e Atividades: Temas da Geografia Contemporânea.** Rio Claro: Programa de Pós Graduação em Geografia – UNESP; associação de Geografia Teorética – AGETEO, 2001. p 73-96.

SANCHO, A. **Introdução ao turismo.** São Paulo: Rocca, 2001.

SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova: da crítica do geógrafo a uma geografia crítica.** São Paulo: Hucitec/EDUSP, 1978.

SANTOS, Vera Lúcia dos; MACHADO, Lucy Marion Calderini Philadelpho. O Turismo Rural no Vale do Médio Tietê-SP: novo caminho para o desenvolvimento local. . In: Seminário de Pós-Graduação em Graduação da UNESP, 3., 2003, Rio Claro. **Anais do Seminário de Pós-Graduação em Graduação da UNESP.** Rio Claro: UNESP, 2003. p 279-289.

SANTOS, J.E.F. **O MERCADO DE TRABALHO: Estimativas de Desemprego e de Políticas Locais para Geração de Empregos na meso-região de Piracicaba.** Trabalho de Iniciação Científica financiado pela FAPESP, Rio Claro, 2005.

SANTOS, M; SILVEIRA, M.L. **O Brasil: Território e Sociedade no início do século XXI.** Rio de Janeiro - São Paulo: Record, 2001.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico.** 2. ed., São Paulo: Nova Cultural, 1985. (Col. Os Economistas).

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MÉDIA E PEQUENA EMPRESA. **A Mobilização dos Territórios para o Desenvolvimento**, Versão para discussão Interna, Brasília, 2003.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MÉDIA E PEQUENA EMPRESA. **Circuitos turísticos paulistas.** Disponível em:<http://www.sebraesp.com.br/no_estado/interior/sudeste_paulista_campinas/circuitos_turist_icos>. Acesso em: 30 nov. 2008.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Plano Nacional de Turismo prioriza mercado interno. **Em Questão**. Brasília, nº 525, 15 jun. de 2007. Disponível em: <www.brasil.gov.br/emquestao>. Acesso em: 22 jul. 2007

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO DA PRODUÇÃO. **Caracterização dos Arranjos Produtivos Locais**. Brasília, IPEA, 2004.

SERVON, F. *Touristique et droit du tourisme*. Paris, Masson, 1981.

SEKIGUSHI, C.; PIRES, E. L. S.. Agenda para uma economia política da sustentabilidade: potencialidades e limites para o seu desenvolvimento no Brasil. In: CAVALCANTI, Clóvis (org). **Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável**. São Paulo: Cortez, 1995.

SIMÕES, D. S.; Desenvolvimento Econômico X Preservação Ecológica: Como encontrar o equilíbrio? . In: CIMDEPE – Seminário Internacional sobre Cidades Médias: Dinâmica Econômica e Produção do Espaço, 2., 2006, Uberlândia. **Anais do Seminário Internacional sobre Cidades Médias: Dinâmica Econômica e Produção do Espaço** Uberlândia, 2006. Publicação em CD- ROOM.

SILVA, Jorge Antonio Santos. **Turismo, crescimento e desenvolvimento: uma análise urbano-regional baseada em cluster**. Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Ciências da Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, ECA / USP, São Paulo, 2004.

SILVA, R. L. G.. Políticas de Desenvolvimento e a Racionalidade do Turismo em Campo Grande/MS – Capital de Eventos. In: CIMDEPE – Seminário Internacional sobre Cidades Médias: Dinâmica Econômica e Produção do Espaço, 2., 2006, Uberlândia. **Anais do Seminário Internacional sobre Cidades Médias: Dinâmica Econômica e Produção do Espaço** Uberlândia, 2006 a. Publicação em CD- ROOM.

SILVA, C. A. **Análise Sistêmica, Turismo de natureza e Planejamento Ambiental de Brotas: Proposta Metodológica**. 2006. Tese (Doutorado em Geografia) Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2006 b.

SILVEIRA, M.A.T. Estratégias de Desenvolvimento Local e Turismo: Contribuições Teóricas e um Foco na Região Metropolitana de Curitiba - PR In: Seminário Internacional de Desenvolvimento Local na Integração, 1. 2004, Rio Claro. **Anais do Seminário Internacional de Desenvolvimento Local na Integração**. Rio Claro: UNESP, 2004. Publicação em CD-ROOM,

SILVEIRA, M. A. T. Turismo e estratégias de desenvolvimento local. **INTERAÇÕES - Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Vol. 7, N. 11, p. 129-140, Set. 2005. Disponível em: <http://www.desenvolvimentolocal.ucdb.br/RevistaInteracoes/Interacoes_n_11.pdf>. Acesso em 04 mar. 2007.

SOUZA, M. J. L. Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local? In: RODRIGUES, Adyr B. **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1997, p 17-22.

SOUZA SANTOS, S. B. de (2004), *Interfaces entre Agrupamentos Produtivos e Desenvolvimento Local: estudo comparativo da viticultura irrigada em Petrolina – Brasil e Tierra Amarilla – Chile*. Tese de doutorado, Prolam/USP.

STEINKE, Valdir Adilson; SILVA, Gustavo Bayma Siqueira da. Distribuição Espacial de Serviços Turísticos com base em Sistema de Informações Geográficas – SIG’S no Plano Piloto

de Brasília (DF). **Caminhos de Geografia** Uberlândia, 14 (16), p145 - 152, out. 2005. Revista disponível em www.ig.ufu.br/caminhos_de_geografia.html Acesso em 26 nov. 2006.

SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA SECRETARIA GERAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Gastos de turistas estrangeiros no Brasil batem Recorde**. Nº 452 - Brasília, 29 de nov.2006.

SUZIGAN, W. Aglomerações Industriais como Foco de Políticas. **Revista de Economia Política**, vol. 21, n. 3 (83), jul./set., 2001.

TIRADENTES, L. Viçosa – MG Cidade Universitária: Lugar e Turismo In: CIMDEPE – Seminário Internacional sobre Cidades Médias: Dinâmica Econômica e Produção do Espaço, 2., 2006, Uberlândia. **Anais do Seminário Internacional sobre Cidades Médias: Dinâmica Econômica e Produção do Espaço** Uberlândia, 2006 a. Publicação em CD- ROOM.

VELTZ, Pierre. *Mundialización, Ciudades y Territorios*. Ariel, Barcelona, 1999.

VERDI, Adriana Renata. **Papel da Secretaria da Agricultura do Estado de São Paulo na promoção de IGs paulistas**. Instituto de Economia Agrícola, apresentação de Power-point para o Curso de Indicações Geográficas de Produtos Territoriais: agrícola, agroindustriais e paisagens, Rio Claro, 2008.

VIEIRA, M.L. **Imagem Turística de Itanhaém, litoral sul paulista**. Rio Claro, 1997. Tese (Doutorado em Geografia), IGCE/UNESP, Rio Claro, 1997.

VIEIRA, M. L.; OLIVEIRA, L.. Imagem Turística. **Geografia**, vol 25, Rio Claro, n 1, p 23-35, abril de 2000.

VILLARREAL, R. Estado e Economia. **Revista de Economia Política**. São Paulo, volume 4, n 4, out.-dez., 1984, p 62-88.

VOISIN, J. **Comunicação turística, memória, identidade: uma proposta de abordagem e dois casos (Ilhéus-Bahia e La Rochelle-França)**. Revista Espaço Acadêmico, n 37, jun. 2004. Disponível em: <http://www.espacoacademico.com.br/>. Acesso em: 1 jul. 2004

YÁZIGI, E. **A alma do lugar**. São Paulo: Contexto, 2001.

WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos de sociologia compreensiva**. Brasília, UNB. 1999.