

MARCELO CHEMIN

**PATRIMÔNIO CULTURAL DE PONTA GROSSA E COMUNIDADE:
A INTEGRAÇÃO COMO PERSPECTIVA TURÍSTICA**

PONTA GROSSA

2001

MARCELO CHEMIN

**PATRIMÔNIO CULTURAL DE PONTA GROSSA E COMUNIDADE:
A INTEGRAÇÃO COMO PERSPECTIVA TURÍSTICA**

Trabalho apresentado como requisito para
o Curso de Graduação de Bacharelado em
Turismo da Universidade Estadual de Ponta
Grossa.

Orientadora: Maria Augusta Pereira Jorge

PONTA GROSSA

2001





O mundo é um belo livro,
mas pouco útil para quem não o sabe ler.
Carlo Gordon

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS	iii
INTRODUÇÃO	01
CAPÍTULO I	
O FENÔMENO TURÍSTICO.....	04
CAPÍTULO II	
TURISMO, COMUNIDADE E MEIO AMBIENTE.....	11
CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35

LISTA DE TABELAS

TABELA 01 - FATORES DETERMINANTES DO TURISMO	05
TABELA 02 - O SISTEMA ECONÔMICO DO TURISMO	09
TABELA 03 - CICLO DE VIDA DAS DESTINAÇÕES TURÍSTICAS	18
TABELA 04 - BASES DO TURISMO SUSTENTÁVEL	21

INTRODUÇÃO

O fenômeno turístico, decorrente de uma série de mudanças nas estruturas sócio-culturais e econômicas mundiais, torna-se atraente, sob ponto de vista econômico para cidades, regiões e estados. Países inteiros, principalmente na Europa, têm como principal atividade econômica de geração de emprego e renda o turismo, atualmente entendido por muitos como a mais promissora atividade econômica para o futuro e que lhe rende jargões como “indústria sem chaminés”.

Cada vez mais o interesse pelo diferente leva milhares de pessoas, no mundo inteiro, a buscar experiências novas que podem ser desfrutadas em ambientes urbanos e rurais, cujo conjunto favorece sensações de prazer, descanso ou simplesmente quebra de rotina. As cidades¹ também apresentam-se no contexto atual do turismo como potenciais produtos turísticos, já que a dinâmica, as relações sociais, sua vida cultural, os remanescentes históricos, em suma, seu patrimônio cultural² configura-se em atrativos para turistas. A complexidade das relações sociais que envolvem o turismo, sobretudo quando explorado em ambientes urbanos, é alvo de inúmeras pesquisas e trabalhos institucionais que pregam a sustentabilidade como alicerce para o desenrolar da atividade.

A preocupação com a sustentabilidade surge devido aos efeitos negativos do turismo, já comprovados em centros turísticos, onde comunidades locais são

¹ Entenda-se cidade, no trabalho, não apenas como o ambiente urbano, mas seu conjunto com o meio rural.

² De acordo com a Constituição Federal em seu Art. 216: “Constitui-se o patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores da referência a identidade, a ação, a memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira nos quais se incluem:

- I – as formas de expressão;
- II – os modos de criar, fazer e viver;
- III – as criações científicas, artísticas e tecnológicas;
- IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;
- V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico”.

prejudicadas. Atualmente, novas ideologias, fruto de novas concepções ecológicas vêm expor a vida como o centro das discussões. É a substituição do antropocentrismo³ pelo biocentrismo⁴. Nesse contexto, a sustentabilidade nasce do novo paradigma de desenvolvimento cuja responsabilidade social e ambiental são a base do processo.

O turismo sustentável apresenta-se, então, como produto de uma nova concepção ecológica que molda princípios para o desenvolvimento dessa atividade. Na questão social, a comunidade receptora deve estar preparada para usufruir os benefícios sócio-econômicos e também ter responsabilidade com seu patrimônio e suas relações com o efeito turístico, sendo a sua participação de fundamental importância.

O possível desenvolvimento da atividade turística na cidade de Ponta Grossa tem sido estudado há, pelo menos, cinco décadas desde a criação, pelo governo do Estado do Paraná, do Parque Estadual de Vila Velha em 1953. Dois fatores são condicionantes para a definição e explicitação do potencial turístico da cidade. O primeiro é a posição geográfica da cidade, localizada nos Campos Gerais, característica que lhe confere peculiaridades desta região de potencial paisagístico reconhecido. Outro fator de igual importância é sua história, ligada ao Tropeirismo e a Ferrovia, que cortaram a região e contribuíram para seu desenvolvimento econômico. As características ambientais somadas aos remanescentes históricos, patrimônio cultural, compõem um potencial singular para o desenvolvimento do turismo no município. Sendo uma aspiração para o município, a compreensão desses elementos pela própria comunidade torna-se uma necessidade e um requisito para o desenvolvimento do turismo sustentável.

Quando a comunidade conhece sua cidade, a relação afetiva com a mesma se modifica. Se a pessoa “viver” sua cidade, sua relação de carinho com a mesma ampliar-se-á, resultando benefícios para cada visitante ou morador. “Quando a forma e a familiaridade atuam juntas, o resultado emocional é poderoso: Sou cidadão de uma boa cidade” (LINCHY apud SALCEDO, 1997)

³ Segundo dicionário Aurélio, antropocentrismo é a doutrina que “considera o homem como centro ou a medida do universo”

⁴ Doutrina que na ecologia considera a vida como centro do universo.

Centro de convivência dinâmico, singular e plural, o “produto” cidade é fruto da relação de interação com a comunidade e reflete-se nas características culturais e no cotidiano da cidade. Para o desenvolvimento do turismo dentro dos princípios da sustentabilidade, o processo participativo deve contemplar a comunidade como base do processo, pois a interação requerida pela utilização turística do espaço, depende diretamente da relação social existente nesse local. A relação da comunidade com seu patrimônio pode servir de estímulo ao exercício da cidadania, bem como, base para a reflexão do turismo enquanto atividade de desenvolvimento sócio-econômico, e assim fortificar e qualificar a participação como “uma alternativa de prevenção e superação dos impactos da atividade.” (REBELO, 1999, p. 89)

Como o desenvolvimento é objetivo global e um dos instrumentos atuais para se alcançar este fim tem sido a atividade turística, o incremento dessa atividade no município deve acontecer de maneira sustentável, para que se atenda as necessidades sócio-econômicas das comunidades conservando e perpetuando seu produto. Para isso, uma série de requisitos devem ser seguidos, dentre os quais, a importância do envolvimento e participação das comunidades no processo de desenvolvimento e na busca pela sustentabilidade. Conforme DIAS (1998, p. 124) “A chave para o desenvolvimento é a participação, a organização, a educação e o fortalecimento das pessoas. O desenvolvimento sustentável não é centrado na produção, é centrado nas pessoas. Deve ser apropriado não só aos recursos e ao meio ambiente, mas também a cultura, história e sistemas sociais do local onde ele ocorre”.

A apresentação deste trabalho tem suporte na necessidade de participação da comunidade do município de Ponta Grossa para a inserção concreta do turismo no cotidiano da cidade. Presente em vários trabalhos, planos e projetos, o fator participação aparece como um requisito indispensável, no entanto, muitos desses desconsideram a contextualização das relações sociais e culturais no processo.

CAPÍTULO I

O FENÔMENO TURÍSTICO

O fenômeno turístico é decorrente de uma série de mudanças sociais, culturais e históricas. Potencializou-se, inegavelmente, com a Revolução Industrial ocorrida na Europa no fim do século XVIII. Muitos autores atrelam o surgimento do turismo com esse período, porém outros acreditam que o seu nascimento deu-se muito antes da Revolução Industrial, período este que apenas lhe atribuiu conotação econômica. VEGA (1979, p. 25) considera que “tanto o ócio como o turismo são elementos inerentes a natureza humana”, sendo essa afirmativa comprovada em algumas pesquisas em painéis de pinturas rupestres nas cavernas da França. Já os romanos, por exemplo, povoavam anualmente algumas praias, no atual continente europeu, de famílias que já haviam passado longas temporadas de inverno nas “vilas” que rodeavam Roma (VEGA, 1979, p. 52). Outro exemplo, conforme IGNARRA (1999, p. 16), é o Egito, que três mil anos antes de Cristo, já era um destino para os viajantes que para lá se dirigiam para contemplar as pirâmides e outros monumentos. “Esses visitantes viajavam pelo rio Nilo em embarcações com cabines bem confortáveis ou por terra em carruagens”.

Como fenômeno totalizador, o turismo fortaleceu-se também através da histórica luta por direitos trabalhistas e da evolução tecnológica, que tiveram como um de seus resultados maior tempo livre para as pessoas, e também a massificação dos setores de comunicação e transporte. “Na Inglaterra, desde 1830 já existiam linhas férreas que transportavam passageiros” (IGNARRA, 1999, p. 18) a linha entre as cidades de Liverpool e Manchester, foi a primeira a preocupar-se mais com os passageiros do que com a carga. Começava a era da ferrovia, um dos símbolos da massificação do transporte (BARRETO, 1995, p. 51).

Para VEGA, existe uma interação entre vários fatores determinantes, interação esta que esconde uma certa ambigüidade de causa-efeito apresentada no quadro abaixo:

TABELA 01: FATORES DETERMINANTES DO TURISMO

Ação	Reação
Emigração do campo para cidade	Êxodo da cidade para o campo
Deslocações de sul para norte	Retorno à origem, de norte para sul
Proletarização	Massificação
Concentração urbana	Necessidade de evasão
Concentração econômica	Capacidade monetária
Reivindicações sociais	Tempo livre
Mudança de mentalidade e gênero de vida	Aspiração à felicidade

O item que se refere a tempo-livre, resultado das reivindicações sociais, mostra-se interessante para breve análise devido ao caráter lúdico do turismo e sua ligação indissociável com o ócio. As duas expressões – ócio e tempo livre - fazem parte do cotidiano das pessoas e são de vital importância para o turismo. ACERENZA (1991, p. 31 apud BARRETO) analisa que o tempo, na civilização ocidental, está dividido da seguinte forma: Tempo de vida natural, o biológico; Tempo de trabalho; Tempo dedicado a obrigações familiares e sociais e Tempo livre - este subdividido em de fim de jornada, de fim de semana e de férias. De maneira simplificada, o tempo total das pessoas pode ser dividido em três períodos, o tempo trabalhado, o tempo livre e o ócio . O tempo trabalhado é preenchido pelas atividades laborais do ser humano, sendo completado em parte pelo tempo livre, que serve para deslocamentos, compras e descanso das horas trabalhadas, caracterizando o Homem como agente produtor e mecanizado que precisa de tempo para consumir, além do descanso, para produzir mais e com maior qualidade.

O conceito de ócio sofreu modificações no decorrer da evolução da humanidade. Para os gregos e romanos o trabalho era uma atividade degradante e envilecedora, própria para escravos. Os gregos, o aceitavam de maneira limitada, pois o consideravam um mal inevitável. Defendiam o ócio como atividade enriquecedora por permitir o desenvolvimento de atividades criativas, culturais e esportivas. Até o século XIX, não poderia se encontrar no continente europeu alguma sociedade que

considerasse o trabalho como fator virtuoso ou nobre. Julga a tradição judaico-cristã que o trabalho é uma maldição. Entretanto, após a revolução industrial, uma nova concepção foi introjetada na sociedade, manipulando a visão do ócio para conceitos perversos. Sociólogos, pensadores e moralistas mitificaram a necessidade da produtividade e do consumo e os benefícios obtidos através do trabalho, banalizando assim o conceito de ócio no novo período da “Religião do Trabalho”, tendo o capital como Deus (VEGA, 1979, p. 30-39). “Perdeu-se a visão do ser humano como ser-de-relações ilimitadas, ser de criatividade, de ternura, de cuidado, de espiritualidade, portador de um projeto sagrado e infinito.” (BOFF, 1999, p. 98)

Com os crescentes movimentos reivindicatórios, o tempo trabalho sofreu uma redução bastante considerável, de turnos de até dezoito horas diárias de trabalho em meados do século XIX para os turnos médios atuais de seis a oito horas diárias. Houve então, uma inversão na mesma proporção do tempo trabalho em relação ao tempo livre. Quando esse fator começou a se evidenciar alguns sociólogos acreditavam que a sociedade, tendo seu tempo livre aumentado, teria maiores condições de se aproximar de um modelo harmonioso de convivência, devido ao aumento de tempo para desenvolver atividades mais enriquecedoras, como a permanência das pessoas em família, atividades de lazer, reflexões internas, busca pela sabedoria. Seria a civilização do ócio. Entretanto, o que atualmente se comprova é que o que era para ser a civilização do ócio tornou-se a civilização do consumo, pois o tempo-livre demandado é utilizado para satisfazer e sustentar o consumo, alicerce do modelo capitalista. A acepção de tempo-livre também passa por manipulações e é repassada a sociedade industrial moderna pela sua estrutura produtiva, de maneira transfigurada, sendo atrelada aos conceitos de progresso econômico, manipulando pessoas a preencher suas horas liberadas com atividades, “muitas vezes continuadoras dos controles institucionais” (PAIVA, p. 36). BOFF (1999, p. 97) complementa considerando que “as pessoas vivem escravizadas pelas estruturas do trabalho produtivo, racionalizado, objetivado e despersonalizado, submetidas à lógica da máquina”. Obrigatoriamente uma das maneiras de se preencher este tempo livre é por meio de atividades de consumo, dentre as quais pode-se dizer o turismo, repassado

como sinônimo de lazer por meios de comunicação, e que acaba por oferecer um contraponto à rotina estressante produzida pela lógica da produção capitalista⁵.

O turismo passa então a ser mercantilizado para e pela sociedade, como produto, a atividade turística transformou-se no sinônimo de lazer, descanso, e férias da sociedade contemporânea. Por meio de passeios e viagens turísticas o Homem pode viver experiências agradáveis, constituindo-se como alternativa para a busca do aprazível. Muitas são as motivações que fazem com que milhares de pessoas se desloquem, individual ou coletivamente, pelo mundo todos os anos, sendo que “na prática, a atividade turística restringe-se a uma camada economicamente favorecida e que constitui uma minoria” (RUSCHMANN, 1997, p. 17). ARRIGALA (apud BARRETO, 1995, p. 64) defende que as motivações que levam uma pessoa a viajar são muitas, dentre as principais estão: o desejo de viajar por viajar; desejo de fazer coisas que implicam numa viagem; desejo de viver novas experiências para quebrar a monotonia e a busca da felicidade. Já IGNARRA (1999, p.36) expõe as motivações em negócios, eventos, religião, saúde, visita a parentes, compras, lazer, aventura, esportes, cultura e ecoturismo. O conjunto de fatores que contribuíram para o fenômeno turístico, alguns já citados anteriormente, independente de definições conceituais, mostram-se singulares em análises, cujo teor referem-se ao seu potencial econômico.

Como atividade econômica o turismo apresenta-se a cada dia como alternativa potencial, para LEMOS:

Alguns países, há muito tempo, perceberam o seu potencial como gerador de emprego e renda. Os dados mais recentes mostram seu fantástico crescimento e sua tendência clara como alternativa de crescimento social da virada do século, ocupando, no presente, uma posição que oscila entre a terceira e quarta atividade econômica de maior geração de renda do mundo [...] existem tendências claras que projetam o turismo como uma das principais atividades humanas...

O turismo quando desenvolvido em localidades ou países, interfere de maneira direta na economia, principalmente na esfera de prestação de serviços. Muitos são os

⁵“por que é que a industrialização do turismo e dos tempos livres faz com que preenchamos o nosso lazer subordinado a ritmos, controles, programação e incômodos estruturalmente semelhantes aos que nos esmagam na fábrica ou no escritório” (SANTOS, Introdução crítica ao direito, 1993, p. 68)

setores que são influenciados pelo fenômeno econômico desta atividade, como destaca LEMOS:

[...] a produção turística aglomera outras atividades correlatas como: alimentos, bebidas, vestuário, móveis, construção civil, eletroeletrônicos, artesanato e *souvenirs* e diversas outras. Esse efeito pode ser classificado em *para trás* (empresas fornecedoras) e *para frente* (empresas complementares). Também o aumento da população permanente (moradores) e flutuante (turistas) em uma localidade atrai as mais diversas empresas por efeito e em consequência.

Alguns estudos afirmam que o turismo pode movimentar até 78 (setenta e oito) setores que compõem o sistema econômico do turismo, este demonstrado no quadro seguinte.

Segundo dados da OMT (Organização Mundial do Turismo) no ano de 1995, as receitas do setor alcançaram US\$ 3,4 trilhões. Já os dados oficiais da World Tourism Organization e WTTC (World Travel & Tourism Council) apontam para o ano de 1999 um movimento físico real de 613 milhões de deslocamentos gerando receitas de até US\$ 3,8 trilhões de renda, direta e indireta, fazendo a atividade participar de 11% do PIB mundial e empregar aproximadamente 260 (duzentos e sessenta) milhões de pessoas, ou 10 (dez)% da força de trabalho global. (MILONE, et al LAGE, Teoria e prática, p.117).

TABELA 02: O SISTEMA ECONÔMICO DO TURISMO



Quase obrigatórios, e apresentados quase sempre de maneira repetitiva em trabalhos, projetos e discursos que justificam o turismo como atividade econômica⁶, os números estatísticos correm o mundo despertando um interesse cada vez mais evidente em localidades e até países inteiros.

⁶ No Plano Municipal de Desenvolvimento ao Turismo, do ano de 1996, elaborado na gestão "Olhando para o Futuro", administração Paulo Cunha Nascimento, após o sumário, as três primeiras páginas do trabalho esboçavam o turismo e seu potencial econômico através de gráficos e expressões "a indústria do turismo emprega...", "é a maior indústria da Terra".

Conhecem-se alguns países⁷ que, ao longo da década de 60, optaram por uma radical desvalorização de suas moedas com o objetivo de atrair a crescente massa de turistas. Esta desvalorização, aliada a um rígido plano de estabilização, permitiu-lhes alcançar resultados espetaculares. Com a súbita entrada de divisas, equilibraram suas balanças de pagamentos, financiaram grande parte das importações, criaram novos postos de trabalhos, viram fortemente aumentada a procura por bens básicos e em geral conseguiram uma capitalização que os deixou em condições de fazer investimentos a longo prazo. (VEGA, 1979, p. 103)

Nesse mesmo caminho, as cidades e regiões começam a perceber a importância do turismo, pois, além das tendências de aumento da demanda, essa atividade, em comparação com outras, necessita de menores investimentos, já que aproveita os recursos já existentes na própria localidade. Grifo nosso (LEMOS, 1999, p.10).

⁷ Espanha, Itália, Grécia, Argélia, Marrocos, Iugoslávia, Romênia, são exemplos de países que se utilizaram métodos como o descrito acima e outros semelhantes, com o intuito de obter vantagens com o turismo.

CAPÍTULO II

O TURISMO, COMUNIDADE E O MEIO AMBIENTE

O turismo, em consonância com a lógica do sistema capitalista, apropria-se do ambiente e utiliza-o para satisfação das necessidades de consumo. A busca pela produtividade, sob a égide do progresso, resultou em séculos de destruição do meio ambiente, conceitos produzidos e introduzidos no imaginário popular, junto a uma concepção de separação entre Homem e natureza⁸ contribuíram sobremaneira para uma sociedade que historicamente “desenvolveu-se” e “evoluiu” através de atitudes e interferências planetárias biocidas. Porém, devido à “questões complexas como a mudança climática, o efeito estufa, o desaparecimento da biodiversidade, a produção de armas nucleares, as chuvas ácidas, o crescimento demográfico” (REIGOTA, 1999, p. 58), o aumento da miséria, entre outros, puseram a sociedade capitalista diante de reações, até antes inimaginadas, de efeitos e catástrofes ambientais. Movimentos e grupos de pessoas começavam, diante da necessidade, a pensar a natureza. Estava claro para os ecologistas, que o modelo de desenvolvimento econômico sustentado pelo domínio da natureza e da exploração incessante dos recursos naturais, eram ecologicamente inviáveis.

Um novo sentimento em relação ao planeta, iniciado por ditos utopistas - algumas décadas depois comprovando que “sem utopias não há transformação de realidade” (WARAT, 1990, p. 98) e sem elas “imperariam os interesses menores” (BOFF, 1999, p. 81) - fazem com que um novo paradigma comece a surgir, o paradigma ecológico, sendo esse, reforçado, de acordo com REIGOTA (1999, p. 64) “com os movimentos sociais surgidos na efervescência cultural anterior e posterior ao que se convencionou chamar de ‘pensamento de 68’”, com destaque aos movimentos antinucleares e pacifistas. Outros fatos, como acidentes nucleares⁹, eventos

⁸ “ter esquecido nossa união com a Terra deu origem ao antropocentrismo, na ilusão de que, pelo fato de pensarmos a Terra, podemos com justa razão colocar-nos sobre ela para dominá-la e para dispor dela ao nosso bel-prazer” (BOFF, 1999, p. 76)

⁹ como exemplo o de Chernobyl, antiga URSS, que teve ampla repercussão internacional.

internacionais realizados com objetivo de discutir o meio ambiente¹⁰ e a homogeneização cultural, contribuíram para a efetivação, popularização e difusão de novas concepções ambientais que buscavam a construção de uma civilização marcada pela característica de “Cidadania Planetária”.

A dimensão da totalidade, a reaproximação do Homem com a Natureza, teve um novo ímpeto com o movimento ecológico. Para BOFF (1999, p. 72), não há distância entre o Homem e o Planeta Terra, pois formamos uma única realidade, classificada por ele como complexa, diversa e única¹¹:

Foi o testemunharam os vários astronautas, os primeiros a contemplar a Terra de fora da Terra. Disseram-no enfaticamente: daqui da Lua ou a bordo de nossas naves espaciais não notamos diferença entre Terra e humanidade, entre negros e brancos, democratas ou socialistas, ricos ou pobres. Humanidade e Terra formamos uma única realidade esplêndida, reluzente e, ao mesmo tempo, frágil e cheia de vigor. Essa percepção não é ilusória. É radicalmente verdadeira (BOFF, 1999, p. 72).

Fruto dessas novas concepções, o conceito de desenvolvimento passou a ser discutido com a preocupação da sustentabilidade do planeta. O desenvolvimento sustentável era, então, o novo desafio para o modelo e a sociedade capitalista. Para a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, o desenvolvimento sustentável é definido da seguinte maneira: “Um processo de transformações, no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação da evolução tecnológica e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas”. (CMMAD, 1991, p. 49, apud RUSCHMANN, p. 109)

Analisando-se esse conceito nota-se realmente a mudança de aceção, não propriamente no período antecedente à sua elaboração mas no período posterior, pois sua essência – antropocentrismo - coloca-o distante de uma concepção ecológica ainda buscada. Porém, o trecho de um texto a seguir, nada contemporâneo, utilizado e

¹⁰ “ECO92”, Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, ocorrida no Rio de Janeiro, no ano de 1992.

¹¹ em outro contexto Jecupê (1998, p. 61) complementa que “homens, árvores, serras, rios e mares são um corpo, com ações independentes. Esse conceito só pode ser compreendido através do coração [...]”. “é com o coração que se vê corretamente, o essencial é invisível aos olhos (BOFF, apud EXUPÉRY, O Pequeno Príncipe).”

apresentado comumente e exaustivamente em obras ambientais, demonstra particularmente uma compreensão empírica, natural e original de uma visão de mundo¹² da relação entre Homem e natureza:

O ar é precioso para o homem vermelho, pois todas as coisas compartilham o mesmo sopro: o animal, a árvore, o homem, todos compartilham o mesmo sopro [...] o que é o homem sem os animais? Se os animais se fossem, o homem morreria de uma grande solidão de espírito. Pois o que ocorre com os animais breve acontece com o homem. Há uma ligação em tudo [...] vocês devem ensinar às suas crianças que o solo a seus pés é a cinza de nossos avós. Para que respeitem a Terra, digam a seus filhos que ela foi enriquecida com a vida de nosso povo. Ensinem às suas crianças o que ensinamos às nossas, que a Terra é nossa mãe. Tudo o que acontece a Terra, acontecerá aos filhos da terra. Se os homens cospem no solo, estão cuspidos em si mesmos [...] isto sabemos: a Terra não pertence ao homem; o homem pertence a Terra. Isto sabemos: todas as coisas estão ligadas como o sangue que une uma família. Há uma ligação em tudo [...] o homem não teceu o tecido da vida: ele é apenas um de seus fios. Tudo que fizer ao tecido, fará a si mesmo. [...] os rios são nossos irmãos, saciam nossa sede [...] carregam nossas canoas e alimentam nossas crianças [...] vocês devem dar aos rios a bondade que dedicariam a qualquer irmão [...] sabemos que o homem branco não compreende nossos costumes [...] talvez porque o homem vermelho seja um selvagem [...]. (Chefe indígena Seattle, 1854, apud DIAS, p. 375)

O turismo como atividade humana de inter-relação com fatores sociais, culturais e psicológicos, está diretamente relacionado com o meio ambiente e todas as relações desenvolvidas no espaço geográfico e cultural da localidade receptora, sobretudo no tocante ao patrimônio cultural. Devido a estas interferências do fenômeno turístico, multiplicam-se os estudos, que buscam alternativas de prevenção em relação aos impactos, sobre as conseqüências decorrentes desta atividade, quando não planejada dentro dos princípios de desenvolvimento do turismo sustentável.

Muitos são os impactos que esta atividade pode causar no ambiente, pois o dinamismo, uma de suas características, lhe impõe uma série de premissas para que no seu desenvolvimento ocorra a mínima interferência possível no ambiente natural, cultural e social das comunidades receptoras. Com o novo paradigma ecológico, que contribui para efetivação de um espírito conservacionista, as ações legais de preservação e conservação tiveram e estão sob constantes modificações pelo poder

¹²segundo CHAUI (1999, p. 16) “a visão de mundo de um povo, de uma civilização ou de uma cultura é a filosofia correspondente, de modo vago ou geral, ao conjunto de idéias, valores e práticas pelos quais uma sociedade aprende e compreende o mundo e a si mesma, definindo para si mesma e tempo e o espaço, o sagrado e o profano, o bom e o mau, o justo e o injusto, o belo e o feio, o verdadeiro e o falso, o possível e o impossível, o contingente e o necessário”.

público. A evolução das legislações nas últimas três décadas é inegável. Por exemplo, os estudos do EIA (Estudo de Impacto Ambiental) e RIMA (Relatório de Impacto ao Meio Ambiente) exigidos pela lei para ações de interferência no meio ambiente – construções, desmatamentos, etc – são tidos por alguns ambientalistas como uma grande conquista, apesar da ineficiência da fiscalização e descumprimentos desses deveres. Outros fatores, ainda pertinentes ao meio ambiente, como a responsabilidade social e ambiental são critérios¹³ e pré-requisitos para empresas obterem selos¹⁴ e títulos, que demonstram ao público consumidor a qualidade do seu produto, servindo assim como um diferencial, e também um referencial na propaganda e comercialização do produto.

Como outras atividades de interferência ambiental, social e cultural o turismo também está suscetível a regras para um desenvolvimento harmônico e saudável que contribua para a maximização de vantagens e minimização de impactos. Um dos maiores problemas da atividade podem ser as políticas do “tudo ou nada”, fundadas na quantidade e não na qualidade que decorrem e incentivam o turismo de massa. Essas políticas, muitas vezes, são provocadas pela falta de profissionalismo e planejamento, comprometimento social, ambiental e cultural ou pela busca afoita de desenvolvimento, que encontra solução no turismo, quase sempre estereotipado como atividade de salvação econômica¹⁵. Como consequência interferências no ambiente podem causar vários impactos, dentre os principais estudados e comprovados, dois são freqüentemente pontuados:

- **Efeito demonstração ou imitação:** É caracterizado pela tentativa de reprodução de costumes de turistas por parte da população receptora. Fato gerado pela presença de turistas com hábitos sociais ou culturais diferenciados que despertam interesses de imitação pela comunidade

¹³ Exemplos desses critérios são: trabalho infantil, nível de poluição, programas de qualidade de trabalho para funcionários, entre outros.

¹⁴ O Selo Social, lançado em 2001 pela administração municipal de Ponta Grossa é um exemplo, têm se ainda os certificados de ISO 9000, ISO 12000, ISO 14000, etc.

¹⁵ em relação ao Brasil, BAGGIO, descreve no Plano de Desenvolvimento Turístico de Ponta Grossa (1996) que “a situação é preocupante e que pode ser revertida para o próprio bem do país que, possuidor de um produto fantástico e avidamente procurado por todo o planeta, não se fez capaz de enxergar na exploração do turismo, a grande solução para todos seus males.”



receptora, podem ser reproduzidos em consumos, entretenimentos, “moda”, vícios, entre outros. Para IGNARRA (1999, p. 122) existe um comportamento psicossocial em que as comunidades mais tradicionais ao terem contatos com povos de países mais desenvolvidos, procuram imitá-los.

- **Criminalidade:** o aumento da prostituição, jogos e drogas são os principais responsáveis pelo aumento de criminalidade nos núcleos receptores. Destino mundial de turismo sexual, a Tailândia é um exemplo negativo do chamado “turismo do sexo”. O Brasil, por meio da Embratur, iniciou um trabalho de combate ao turismo sexual, sobretudo na região Norte e Nordeste do Brasil. Tal iniciativa se deu principalmente pela imagem negativa que o país tinha no exterior, esta construída por anos de folders, cartazes e imagens publicitárias que traziam com destaque a beleza da mulher brasileira, principalmente as mulatas.

No tocante às interferências sociais, ambientais e culturais podem-se citar várias outras, estas quase sempre decorrentes da má utilização turística e da falta de planejamento. Um dos maiores sinônimos de degradação ambiental é o chamado “turismo de massa”. Exemplo típico é Balneário Camboriú, cidade localizada no estado de Santa Catarina¹⁶ onde na alta estação, verão – janeiro a março – a cidade, que soma aproximadamente 80 mil habitantes, vê seu município abrigar mais 1,5 milhão de turistas. Entre os principais problemas, estão o da contaminação da água do mar, causada pelo aumento excessivo de efluentes; congestionamentos de trânsitos; falta de alimentos em alguns horários do dia nas panificadoras e redes de supermercados entre outros, como o sol, que a partir das 16hs tem sua incidência sobre a praia diminuída devido ao número excessivo de construções – edifícios e prédios de altura elevada – frutos de outro fator negativo da atividade, a especulação imobiliária.

Tida como um dos mais comprometedores impactos negativos do turismo, a especulação imobiliária, sobretudo no litoral brasileiro, faz com que áreas de valor

¹⁶ O estado de Santa Catarina é tido com um dos melhores e paisagisticamente mais bonitos litorais do país, sendo muito freqüentado por gaúchos, paulistas, paranaenses, além dos próprios barrigas verdes e após a desvalorização da moeda brasileira, o real, muito freqüentado por argentinos e uruguaios.

paisagístico sejam comercializadas para os turistas, comumente classes com nível de renda superior a das comunidades receptoras, elevando assim o preço da propriedade na região explorada e dificultando, ainda mais, fazer com que a propriedade cumpra sua função social.

O Parque Estadual de Vila Velha, em nosso município, pode ser considerado como clássico exemplo de degradação ambiental provocado pelo desenvolvimento predatório de turismo. O Parque, criado em 12/10/1953, fora concebido em outras concepções ambientais, como já descrito anteriormente, onde a natureza tinha o papel de servir às necessidades humanas. Dessa maneira, os equipamentos turísticos¹⁷ foram construídos de modo a prejudicar não só o ambiente natural como todo o conjunto paisagístico, por exemplo, a estrada de acesso aos Arenitos (1,9 km do trevo de entrada da BR376 até a atual área de estacionamento), um dos símbolos de poluição visual do Parque. As lanchonetes dispostas a poucos metros dos arenitos¹⁸, o antigo e já desativado “kartódromo” são mostras da má utilização da área.

Alguns estudos, obtidos em núcleos receptores, demonstram o relacionamento entre comunidade e turistas, estes estudos indicam que há alguns estágios de relacionamento sendo, euforia, apatia, irritação e antagonismo os estágios mais presentes.

A fase da euforia é fruto do entusiasmo comunitário provocado pelo mito do desenvolvimento econômico que o turismo pode proporcionar. Porém, o desenvolvimento é um processo de transformação global, seu resultado é o crescimento do padrão de vida da população por meio de mudanças de ordem política, econômica, cultural e social onde o efeito mais importante é a melhora da qualidade de vida da população (BRESSER PEREIRA, 1984, p. 19). Nesses termos, se torna em equívoco condicionar o turismo como fator de desenvolvimento. A comunidade, no estágio da euforia passa a receber os turistas com muita satisfação, diante da esperança estereotipada de desenvolvimento econômico.

¹⁷ Segundo BARRETO (1995, p. 39) equipamentos turísticos são as construções que permitem a prestação dos serviços turísticos.

¹⁸ Algumas utilizam o arenito como apoio para estrutura de telhados, pias e canos condutores de água.

A segunda fase é caracterizada pela apatia da comunidade receptora, pois a medida que o turismo se consolida, o turista passa a ser visto pela comunidade apenas como sinônimo de lucro. A irritação é o terceiro estágio, onde se passa a visualizar o turista como culpado pelos problemas advindos da atividade. Como descrito anteriormente, a interação do turista com o espaço da comunidade receptora, faz com que os serviços demandados por turistas, interfiram diretamente no cotidiano da localidade, sobretudo quando os níveis de saturação são alcançados. Os efeitos sentidos pela população autóctone, fazem com que haja uma reação negativa no comportamento direto e nas inter-relações do núcleo receptor. O atributo no quarto estágio é a característica do antagonismo. A comunidade receptora passa a hostilizar os turistas e visitantes, não mais disfarçando sua insatisfação com os problemas do turismo.

A produção em série e suas relações de consumo e tempo são a base da estrutura da sociedade moderna. O turismo, como já visto, é considerado alternativa de fuga das relações rotineiras, estressantes e alienantes. Porém, essa fuga muitas vezes não acontece devido a conjuntura das oportunidades de se “fazer turismo”, pois o turista muitas vezes acaba por ser conduzido e induzido a fazer, conhecer e consumir encenações em rotinas “lights” e artificiais. Um dos danos sócio-culturais mais comprometedores decorrentes do turismo é a “prostituição cultural” da comunidade receptora.

A aspiração à melhora de condição de vida, principalmente em locais subdesenvolvidos, onde o trabalho informal¹⁹ configura-se como alternativa para sobrevivência, estimula a busca a alternativas de crescimento econômico. Assim, a comunidade aceita fazer parte de um mundo de “fantasias” e de “faz de conta”, camuflando problemas e participando de uma pseudotransformação. A localidade, por meio de sua comunidade, muda suas relações de produção, costumes e hábitos em troca dos cobiçados benefícios econômicos. Podem-se citar a banalização do artesanato, o antagonismo em relação a impactos ambientais e a vulgarização de manifestações como exemplos.

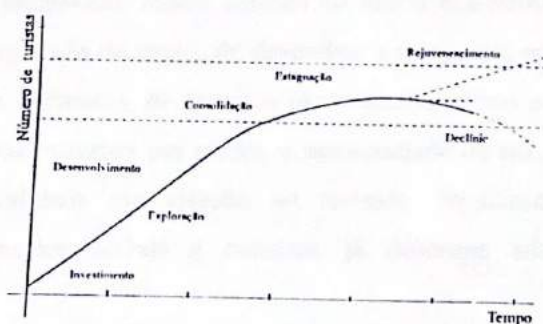
¹⁹ Uma das conseqüências econômicas do turismo, principalmente o de massa, é o aumento do nível de comércio ambulante.

A falta de espontaneidade em manifestações culturais é comum em localidades turísticas. A comunidade na ânsia de atender as expectativas da demanda turística, faz com que seus elementos artísticos e culturais transformem-se em shows programados. A mercadização turística apropria-se então da naturalidade de apresentações proporcionando ao telespectador uma sensação devaneada. Para D. GREENWOOD (1977, p. 86-107 apud RUSCHMANN):

Tratar a cultura como recurso natural ou como bem material sobre os quais os turistas têm direitos adquiridos não é apenas perverso, como também uma violação dos direitos culturais das pessoas. Como alguns aspectos culturais têm ramificações mais amplas do que outros, o que precisa ser lembrado é que a cultura²⁰, na sua essência, é algo implícito na visão dos povos. Integrá-la a um “pacote turístico”, transforma-a numa apresentação explícita e remunerada que, conseqüentemente, não mais será vista e sentida em sua forma original.

Além dessas constatações, as localidades que optam pelo turismo como alternativa de geração de emprego e renda, estão sob constante alerta, visto que estudos comprovam que destinações turísticas têm um “período de vida”, descrito por (BUTLER, 1980, apud RUSCHMANN) em seis fases como mostra o gráfico a seguir:

TABELA 03: CICLO DE VIDA DAS DESTINAÇÕES TURÍSTICAS



Fonte: Butler 1980

O período da **exploração** é marcado pelo “despertar” da comunidade em relação a potencialidade turística e de um rápido crescimento de bens e serviços para se atender a demanda. A fase do **desenvolvimento** ocorre quando os bens e serviços, que auferiam lucros a comunidade receptora e até então eram controlados por ela,

²⁰ Para MACEDO (1988, p. 35) “A cultura consiste num conjunto global de modos de fazer, ser, interagir e representar que, produzidos socialmente, envolvem simbolização e, por sua vez, definem o modo pelo qual a vida social se desenvolve.”

sofrem interferências externas de empresas ou organizações que investem desproporcionalmente, deixando a comunidade em desvantagem. Em seguida, na terceira fase, **de consolidação**, as empresas e organizações externas passam a dominar o mercado, o que dá força à localidade para competir com outras destinações²¹. Já na fase da **saturação**, a atratividade da destinação perde força, e a localidade passa a procurar alternativas para viabilização econômica dos equipamentos. Os preços e os custos de visitação são diminuídos, favorecendo o aumento do fluxo de uma demanda de menor poder aquisitivo. A localidade passa por um desgaste cultural, social e ambiental. Os equipamentos físicos se deterioram, o ambiente natural degrada-se e a capacidade de carga da destinação é extrapolada (RUSCHMANN, 1997, p. 104).

Apesar da essência elitista da análise, por associar o fluxo de pessoas de baixa renda²² como fator de decadência e perda da atratividade de um local, no contexto da sociedade industrial ela se comprova. Acapulco, no México, quiçá seja o melhor exemplo desse fato²³.

A sazonalidade de baixa estação também se apresenta como um fato negativo da atividade turística, visto que destinações turísticas desenvolvem estruturas para três ou quatro meses de temporada. Muito comum no litoral brasileiro, que é ocupado e muito visitado na temporada de verão, de dezembro a março, no período de férias, nas festas de fim de ano e eventos, de feriados prolongados, como o carnaval. Além de deixar ociosa toda uma estrutura por meses, a sazonalidade de baixa estação acentua a dependência da localidade em relação ao turismo, facilitando sobremaneira a ocorrência de impactos sociais e culturais já descritos anteriormente, nessas destinações.

²¹ Questão relativa e frágil para controvérsias.

²² “as diferenciações sociais entre as várias parcelas da população nada mais envolvem que estilos de vida propiciados pelo consumo [...] a ambigüidade que caracteriza o existir proletário revela, em termos concretos, as possibilidades de apreensão pela consciência da exploração e opressão” (MACEDO, 1988, p. 37)

²³ destino turístico muito procurado durante as décadas de setenta e oitenta. Ir à Acapulco era considerado como forma de ostentação e “status”. A partir da década de noventa o destino sofreu forte queda no fluxo de turistas e atualmente estuda-se alternativas de sua recuperação enquanto destino potencial e de interesse.

Não se pode no entanto classificar os impactos do turismo como sendo sempre negativos e perversos, visto que em muitos centros turísticos são vários os impactos positivos observados. Além, do potencial de crescimento econômico, a valorização do Patrimônio histórico e natural, do artesanato, o incremento de atividades culturais, a melhora de equipamentos e da estrutura urbana²⁴ e o estímulo ao orgulho étnico são alguns dos ditos impactos positivos do turismo. A valorização da natureza e da paisagem é um fator positivo diante da necessidade de uma conscientização maior em relação ao meio ambiente. Muitas são as propriedades rurais no Brasil²⁵ e no mundo que utilizam como sinônimo de sustentação ou agregação econômica a beleza cênica e as peculiaridades rurais, por meio do chamado Turismo Rural²⁶. Além de propiciar momentos de contato com a natureza para seus visitantes e turistas, contribuindo de maneira indireta para a formação de um espírito ecológico, a mudança da relação entre o proprietário e sua propriedade tende a substanciar a conservação e preservação do meio ambiente.

São várias as proposições para que o turismo se desenvolva de maneira correta, de modo a “maximizar benefícios e minimizar impactos”.²⁷ Muitos referendam e esboçam teoricamente a sustentabilidade, outros conciliam o sucesso da atividade com o fator do profissionalismo, ainda insuficiente de bons profissionais, outros atribuem à falta de planejamento, decorrente da pressa pelo retorno de investimento inicial, como responsável pelos malogros da atividade, eis que a principal solução para um desenvolvimento correto do turismo é o um planejamento.

Entretanto, a importância da participação, do envolvimento comunitário e da conscientização da população das localidades receptoras nas ações que buscam o desenvolvimento da atividade turística mostram-se quase que singulares nas orientações dos planos, trabalhos, pesquisas, entre outros, não só relacionados ao

²⁴ Ideal se fatos como esses fossem espontâneos, não precisando com que o local por ser turístico, utilize-se dessa justificativa para o desenvolvimento de ações positivas.

²⁵ Estima-se em torno de cinco mil propriedades de Turismo Rural no país. Na região dos Campos Gerais, são mais de vinte, sendo duas (Pousada Juderi e fazenda – hospedaria rural – Capão Grande) no nosso município.

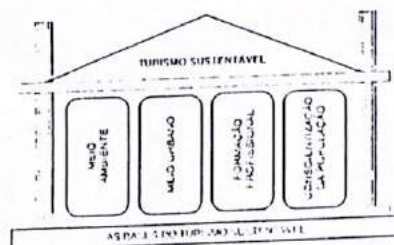
²⁶ Ainda que muitas propriedades utilizem, entendam e desenvolvam o turismo rural com uma concepção diferente dos princípios dos planejadores, a busca pela mudança, na valorização da natureza já se configura como um ganho ambiental.

²⁷ Frase muito utilizada em congressos, palestras e textos sobre economia do turismo.

que compete aos relacionados ao turismo, são incisivos e enfáticos ao expressarem considerações nesse item.

Para PETROCCHI (1998, p. 61) o “turismo depende da população, em todos os aspectos, para a imprescindível hospitalidade e os investimentos necessários”. A conscientização da comunidade também é expressamente referenciada como fator de sucesso e requisito para o desenvolvimento turístico coeso com os princípios da sustentabilidade, GRINOVER (1996, p. 6) destaca que para o “desenvolvimento sustentável e a correspondente qualidade de vida dependerão, inicialmente, da capacidade de uma população de exprimir coletivamente suas exigências”. O turismo sustentável segundo PETROCCHI (1998, p. 59) está relacionado com quatro bases fundamentais, apresentados no esquema que segue:

TABELA 04: BASES DO TURISMO SUSTENTÁVEL



Para REBELO (1999, p. 89), a educação das comunidades é uma necessidade, pois apresenta-se como uma alternativa de prevenção e superação aos impactos da atividade. Dessa maneira, a comunidade irá apresenta-se com maior qualidade e preparo para enfrentar o dinamismo exigido pela demanda turística. A autora defende que municípios, com potencial turístico e os que exploram a atividade, devem ter um plano de educação turística, para que a comunidade receptora esteja preparada para planejar, gerir e usufruir benefícios advindos do turismo. Dessa maneira, a comunidade pode contribuir sobremaneira para que o local crie um clima turístico

natural, como uma forma de estimular e aprimorar a participação e a fiscalização. VEGA (1979, p. 115) também demonstra que a conscientização é fundamental para a dinamização harmônica da atividade. Sua preocupação é sinalizada após análises das interferências urbanas e paisagísticas promovidas pelo turismo, principalmente nas áreas litorâneas do continente europeu e, alerta que o poder público tem papel fundamental nas ações de fiscalização e conscientização. Assim sendo, pontua que:

O efeito suscitado revelou-se tão nocivo que terão que decorrer muitos anos antes que os benefícios globais compensem a perda inicial [...] Incumbe ao Estado, enquanto ainda tem tempo, tratar de evitar males inerentes a um fenômeno maciço que apanhou um pouco de surpresa todo mundo. A desordem, a improvisação e as soluções de emergência só serão remediadas caso se produza uma autêntica conscientização do país sobre o que tal fenômeno significa

O Governo Federal, por meio da EMBRATUR, atua no trabalho de conscientização e envolvimento comunitário com o PNMT, Programa Nacional de Municipalização do Turismo. Esse programa consiste na formação de monitores municipais, pessoas da comunidade, não necessariamente ligadas ou com atuação na área de turismo, que após três oficinas, passam a ser Monitores Municipais de Turismo. O *site* da EMBRATUR, traz o seguinte em relação PNMT²⁸: “É um programa desenvolvido e coordenado pela EMBRATUR, mediante a adoção da metodologia da Organização Mundial do Turismo – OMT, adaptada a realidade brasileira, como propósito de implementar um novo modelo de gestão da atividade turística, simplificado e uniformizado, para os Estados e Municípios, de maneira integrada, buscando maior eficiência na administração da atividade turística, de forma participativa.” Grifo nosso

Em relação aos objetivos do PNMT contidos no *site*, um nos chama atenção pelo seu teor. Apresenta-se o seguinte: “Conscientizar e sensibilizar a sociedade para a importância do turismo como instrumento de crescimento econômico, geração de empregos, melhoria de qualidade de vida da população e preservação de seu patrimônio natural e cultural”.

²⁸ <http://www.embratur.gov.br/pnmt> acessado em 9/10/2001.



Em 2001, 1476 municípios brasileiros estão engajados no PNMT, sendo que Ponta Grossa conta com 16 monitores desde o ano de 1995. Para se capacitar um monitor municipal este deve passar por três oficinas, sendo que a primeira é para o treinamento a fim desses virem a mobilizar, sensibilizar e conscientizar a comunidade. Na segunda fase, os monitores são capacitados a orientar as administrações municipais e as comunidades para a formação do Conselho Municipal do Turismo e do Fundo Municipal de Turismo. A terceira fase objetiva a qualificação dos monitores para a elaboração do planejamento de turismo sustentável do município, com metodologia simplificada.

Para LEMOS (1999, p. 38-43) a comunidade receptora faz parte do grupo dos agentes econômicos do turismo, sendo no total doze agentes, como segue:

- *o governo da localidade receptora;*
- *a comunidade receptora;*
- *os trabalhadores do setor;*
- *as empresas de maneira geral;*
- *as empresas de hospedagem;*
- *o sistema financeiro da localidade receptora;*
- *as operadoras turísticas;*
- *as empresas de transporte;*
- *as agências de viagem;*
- *os turistas;*
- *o sistema financeiro de localidade emissora;*
- *os governos das localidades emissoras.*

Uma análise pormenorizada desses agentes reforça as tantas indicações que apresentam a importância de ações de conscientização da comunidade receptora para uma otimização da atividade turística. Dos doze itens apresentados, sendo que esses no fenômeno turístico interagem entre si, no mínimo quatro, dependendo da interpretação, estão diretamente relacionados com a comunidade receptora. Primeiro o *governo da localidade receptora*, representando o poder público. Como o poder público é a

comunidade organizada institucionalmente para trabalhar pela própria comunidade ele participa e enquadra-se diretamente na comunidade receptora. Somam-se ainda, os *trabalhadores do setor*, que se beneficiam, por meio do trabalho no “*trade*”²⁹ turístico e interagem também com o fenômeno. *As empresas de maneira geral* podem ser classificadas como o “*trade*” turístico e todas as outras que na localidade receptora interatuam com o turismo. Já a comunidade receptora ou anfitriã é essencial no equacionamento das ações e inter-relações, segundo LEMOS (1999, p. 39):

Com sua história, seus costumes e sua cultura, relaciona-se com os turistas e compartilha as utilizações do espaço social no qual habita e os bens e serviços que consome. A conscientização desse agente é fundamental para o turismo, pois os bens e serviços disponíveis da localidade receptora passam a ser disputados com o acréscimo de demanda causado pelo ingresso de turistas [...] a hospitalidade, que pode ser desenvolvida, sem dúvida nenhuma agrega valor turístico a localidade.

A interação entre visitantes e núcleo receptor é inevitável e também está relacionado aos fatores psicossociais da atividade turística. O deslocamento de pessoas motivadas pela busca de cultura, lazer, saúde, eventos, esportes e outros, muitas vezes provoca um choque cultural entre turistas e a população do núcleo receptor. Os turistas que buscam experiências novas no interagindo no cotidiano dessa localidade podem ser influenciados pelo etnocentrismo, causando um estranhamento ou um choque cultural como muitos autores classificam. REIGOTA (1999, p. 54) expõe como exemplo dessa experiência, desse choque entre “povos diferentes”, entre estilos de vida difusos, em suma, culturas distintas o episódio de Descobrimto do Brasil, descrito por Oswald de Andrade, no Manifesto Antropófago, escrito em 1928. A obra traz com ironia o episódio de “Descobrimto do Brasil” anunciada e alardeada pela história oficial. O choque de culturas e modos de viver diferentes é explícito na “Carta do Descobrimto”, escrita por Pero Vaz de Caminha, e ANDRADE (apud REIGOTA, p. 54) coloca que: “Os europeus quando aqui chegaram, não descobriram novas terras, que até então não existiam e estavam fora de sua visão etnocêntrica. Descobriram, sim, que existiam possibilidades de vida e organização social, muito

²⁹ rede de comércio, equipamentos e tudo que se refere materialmente à dinâmica comercial do turismo.

superiores às deles, (auto) consideradas mais civilizadas. Descobriram que o verdadeiro 'paraíso' era no Brasil, onde todos viviam sem roupas, sem culpas, sem biblias..."

O estranhamento desse episódio a mais de quinhentos anos atrás, demonstra claramente a complexidade do choque cultural provocado pelos deslocamentos e contatos entre povos com culturas diferentes. Atualmente o deslocamento entre ocidente e oriente, principalmente após a quebra de barreiras, causa um certo espanto entre os modos de viver distintos, configurando-se como mais um fator de atratividade e motivação turística, a busca pelo novo.

Dessa maneira, evidencia-se a necessidade de conscientização comunitária do núcleo receptor para a utilização correta da atividade turística. O turismo deve ser um esforço conjunto entre poder público, privado e comunidade para que possa se desenvolver em harmonia com o ambiente turístico. Para MILONE (2000, p. 129) o sucesso do turismo: "Depende de uma relação intangível entre visitante e receptor que se estende para além do horizonte de um hotel, um restaurante, uma loja ou um estabelecimento de recreação. Essa relação pode ser considerada na aparência das ruas e casas particulares, na educação do povo, no conhecimento e na atitude dos motoristas de táxi, bem como em outros fatores".

A qualidade de relacionamento entre a comunidade e seus visitantes e turistas depende primeiro do relacionamento entre cidade e comunidade. Para uma cidade possuir um meio ambiente equilibrado, o patrimônio histórico conservado, suas ruas limpas, serviços eficientes e outros fatores de atratividade turística, primeiro ela depende do comportamento da comunidade no seu espaço de referência e convívio social, que é a cidade. A organização do espaço e suas peculiaridades dependem diretamente da concepção de cidade dos seus habitantes, o respeito dos seus moradores com seu espaço de convivência está relacionado a esse conceito e a suas interferências, positivas ou negativas, estão associadas com o relacionamento afetivo, social e cultural nesse espaço. "A cidade é a projeção da sociedade sobre o território" (LEFEBVRE, apud SEGRE, p. 101). Representa para seus moradores o local do desenvolvimento das suas relações sociais, culturais e econômicas. Assim o espaço

social, sinaliza para seus habitantes a memória do passado e a esperança do cotidiano. Há uma certa afetividade entre cidade e comunidade, LINCHY apud SALCEDO considera que “todo cidadão possui numerosas relações com algumas partes de sua cidade, e a sua imagem está impregnada de memórias e significações”. A cidade é construída no dia a dia da comunidade, está condicionada a relação de seus habitantes, “é objeto de percepção das pessoas das diversas classes sociais e também produto da construção que continuamente está sendo modificada” (LINCHY, 1988, p. 11, apud SALCEDO, in A Percepção do Centro Histórico de Cusco, Peru).

As cidades no contexto atual, dependem incondicionalmente, para tornarem-se reconhecidamente turísticas, do envolvimento comunitário na construção do cotidiano. O conjunto urbano, seus símbolos históricos, as peculiaridades dos seus elementos paisagísticos, são diretamente influenciados pelo comportamento dos habitantes da cidade. Para sua utilização como atrativo turístico, a comunidade deve primeiro reconhecer estes elementos, para que possa se utilizar com responsabilidade desse patrimônio cultural.

Em setembro de 2001 foi lançada na cidade de Ponta Grossa, a campanha “Dê um presente para sua cidade”, a ser desenvolvida em parceria entre Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, Associação Comercial e Industrial de Ponta Grossa - ACIPG, SEBRAE e Campos Gerais Convention & Visitors Bureau³⁰. Segundo artigo no jornal Diário dos Campos³¹ objetivava estimular ações que despertassem na comunidade um sentimento de melhoria da cidade para a partir de então tornar-se turística. Objetivo explícito no texto do artigo, que trazia o seguinte:

A campanha “Dê um presente para sua cidade” nasceu de um sentimento singular de preocupação, afeição e entusiasmo diante da grandeza de Ponta Grossa e região. Tem como alicerce principal, o estímulo a cidadania e o resgate do orgulho de ser ponta-grossense para a construção de uma cidade mais bonita e agradável de se morar e, conseqüentemente turística.

³⁰ Ainda em processo de formação, sendo que foi representado na campanha pelo Núcleo Setorial de Turismo, órgão ligado a ACIPG.

³¹ Matéria publicada em 13 de setembro de 2001, caderno 1º

Para sua execução, foram enviadas cartas convites para associação de moradores da cidade, escolas e empresas para que participassem, na semana de aniversário de 178 anos da cidade, limpando praças, ruas, jardins, plantando árvores e outras atividades educativas. Mesmo que simbólica, a campanha teve adesão de 19 associações de moradores, cinco empresas, da Universidade Estadual de Ponta Grossa, faculdade Santa Amélia e duas ONGS ligadas ao meio ambiente do município.

Alguns planos e projetos³² turísticos de Ponta Grossa, também retratam a importância da conscientização da comunidade no processo de otimização da cidade para o desenvolvimento do turismo. O Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado de Turismo de Ponta Grossa, planejamento operacional 1998 – 2000, traz no item do seu corpo estrutural “Problemas”³³, o seguinte:

O primeiro e maior problema que se apresenta é a incompreensão da própria comunidade com relação ao turismo de uma forma geral, não valorizando o turista como gerador de riquezas, e desenvolvimento social e econômico. O segundo problema é o descaso dos dirigentes políticos, que não reconhecendo os fatores potenciais de desenvolvimento do turismo, podem provocar conflitos de interesses que prejudicam a compreensão e a oportunidade gerada pela Indústria do turismo em Ponta Grossa

O objetivo principal exposto no plano é o “Turismo consolidado no município” sendo que traz como primeiro resultado, para a concretização dessa proposição, “comunidade envolvida com o desenvolvimento do turismo”. O plano segue analisando o pouco interesse da comunidade com o turismo e destaca as seguintes proposições:

- Comunidade não conscientizada sobre a importância do turismo;
- Inércia das elites de Ponta Grossa;
- Dirigentes e políticos desinteressados com o turismo;
- Empresários de turismo pouco envolvidos com o desenvolvimento do município;
- Baixo nível de conscientização turística;
- Desinformação sobre os benefícios gerados pelo turismo;

³² não se avalia aqui a qualidade desses trabalhos, mas seu teor.

³³ nesse caso, o problema é relacionado diretamente a tentativa de desenvolvimento turístico.

- Falta de programas de conscientização;
- Falta de um plano de marketing turístico no município;
- Deficiência no currículo escolar;
- Falta de qualificação de recursos humanos;
- Material institucional deficiente;
- Apoios e parcerias insuficientes;
- Pouco conhecimento para elaboração de programas;
- Insuficiente conhecimento para a atuação nas áreas de turismo;
- Inexistência de dados e informações sistematizadas;
- Ausência de cursos de especialização;
- Ausência de treinamento na área de conscientização turística.

O plano nesse seu enfoque de insuficiente participação e envolvimento da comunidade, explicita a desorganização em torno de um enlace maior da comunidade no interesse por esta atividade.

O plano de Integração Parque Estadual de Vila Velha – Rio São Jorge, elaborado pela empresa ITUPAHVA S/C LTDA, no ano de 1989, apresentou o eixo Parque de Vila Velha e Canyon do rio São Jorge como um complexo ecológico com mais de trinta atrativos, sendo alguns arqueológicos, com artefatos e painéis de pinturas rupestres, sítios históricos como a Capela Santa Bárbara do Pitangui³⁴ e trechos do Caminho das Tropas, além de glebas de relevante potencial paisagístico como o vale do Rio Quebra Perna, Represa do Alagados, Buraco do Padre, rio São Jorge e Parque Estadual de Vila Velha. Este projeto levanta aspectos do sistema natural e do antrópico, diagnostica o potencial turístico e ecológico do complexo e enumera estratégias e recomendações para viabilização e implantação do plano. No que se refere à participação da comunidade para a viabilização desse plano, o item 4.3.3, que é dedicado aos Aspectos Sócio-Culturais, elaborado pelo sociólogo Mário Sérgio Michalieu, realça a importância da participação popular e faz as seguintes colocações:

³⁴ Construída próxima à cachoeira do Rio São Jorge em 1729 pelos jesuítas da Companhia de Jesus.

Por mais desgastado que esteja o termo participação popular nos últimos anos, convém aqui salientá-lo.

Todo o trabalho de divulgação visando a criação de uma imagem mais autônoma para Vila Velha e região, somente poderá ser viabilizado a partir do momento que a população reconheça esta imagem, reconhecendo-se no meio dela. É necessário, antes de mais nada, que a própria população tome consciência da importância histórica, geográfica e, por fim, turística da região.

Neste sentido, a primeira estratégia de divulgação do programa a ser implantado deve passar pela população local, de maneira que ela própria, percebendo a importância do local em que ela vive, divulgue-o e contribua na sua preservação.

Nesta análise, o autor muda a aceção de conscientização da comunidade, indicando que esta será obtida por meio do reconhecimento do potencial pela população, diferente das muitas propostas que se mostram mais impositivas do que pedagogicamente mais construtivas e eficientes. Dessa maneira expõe que qualquer atuação ficará simplificada, além de considerar como ineficazes as ações sem o apoio da comunidade, como no trecho que segue:

Com certeza, os programas turísticos implantados sem o apoio e a compreensão popular ou possuem pouca eficiência, ou exigem dos órgãos que o administram, um investimento muito maior do que o necessário.

Conhecendo a importância histórica e geográfica da região bem como sua importância em termos de aproveitamento turístico, a população, sentindo-se parte deste patrimônio, sem dúvida atuará espontaneamente em sua divulgação e em atividades de preservação ambiental.

Diante desta colocação, a necessidade da participação da comunidade num possível desenvolvimento da atividade turística, fator este preponderante, depende da relação que a comunidade têm no seu espaço de desenvolvimento. O turismo, como já apresentado, utiliza-se desse espaço e seus significados como fator de atratividade e também para satisfazer o turista no seu ato de interação. Assim, evidencia-se que o conhecimento da população sobre seu espaço de convivência, além de importante para a qualidade de vida, mostra-se como propriedade de otimização da potencialidade turística, pois através de uma interação maior no binômio comunidade X cidade o local tende a apresentar-se mais eficiente na fiscalização dos impactos do turismo, na participação dos benefícios, na conservação da estrutura urbana, na defesa e preservação de símbolos históricos, por fim numa interação de harmonia com seu espaço comunitário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atividade turística é considerada um dos instrumentos de crescimento econômico, seu potencial de geração de emprego e renda é amplamente divulgado em vários estudos, discursos políticos, artigos de revistas e jornais. Diante de tais exposições, muitas são as cidades que, por meio do poder público e privado, buscam organizar-se em prol do objetivo de desenvolvimento, onde um dos caminhos pode ser a atividade turística. O Programa Nacional de Municipalização do Turismo, coordenado pela EMBRATUR, além do desenvolvimento de ações de conscientização comunitária, treina seus monitores para que esses mobilizem em suas cidades a comunidade para a formação e efetivação do Conselho e Fundo Municipal de Turismo, além de contribuir com o poder público da localidade para a criação de um órgão Municipal de Turismo.

O turismo, atividade mercadizada e disponível para a sociedade capitalista como sinônimo de lazer e prazer, possui como uma de suas características o deslocamento entre ambientes e povos distintos. Surge como figura de riqueza, mas também de preocupação, visto que muitos impactos, amplamente estudados pela ainda incipiente ciência do turismo, são inerentes de uma má utilização turística, o que, muitas vezes tende a ser prejudicial para a qualidade de vida das comunidades, do ambiente natural, patrimônio histórico, entre outros dos núcleos receptores.

Fruto de reflexões sobre a natureza e da utopia de minorias sociais, o paradigma ecológico estendeu um sentimento de preocupação em relação a uma nova concepção entre Homem e Natureza. O entendimento sobre o ambiente passou a ser visto como resultado da qualidade e respeito humano enquanto agente que interage com o meio. Nasce então a sustentabilidade, resultado de uma nova compreensão da figura humana no planeta, que apresenta como essência a responsabilidade social e ambiental. Influencia sobremaneira a aceção de interferência antrópica e também a atividade turística, de modo a expor seu lado negativo. Traz como um dos requisitos básicos a participação da população nos processos de interferência no ambiente comunitário.

Ponta Grossa, cidade dos Campos Gerais, possui seu potencial turístico intimamente ligado a sua história e aos elementos da paisagem desta região de potencial reconhecido. O município é ricamente dotado de atrativos naturais, seu patrimônio histórico, além do seu valor para a memória da região, guarda remanescentes de conjuntos arquitetônicos de relevante expressão cênica e estética. A estrutura urbana de Ponta Grossa conta com instituições importantes, especialmente as educacionais de nível superior, empresas, indústrias, uma rede de comércio diversificada, tem tradição no setor metal-mecânico e na agroindústria. Posiciona-se de maneira a ser um dos maiores entroncamentos rodo-ferroviários do Brasil, entre outros, que, dentre muitos benefícios, motivam a cidade a ser um pólo turístico. A cidade expandiu-se por entre áreas de fundos de vale, o que potencializa a criação de espaços de lazer nesses locais, inclusive turísticos pois talvez seja uma das poucas cidades do mundo a possuir três cachoeiras em sua área urbana.

Mesmo com todas essas especificidades as tentativas de desenvolvimento do turismo em Ponta Grossa não obtiveram êxito, talvez com exceção de Vila Velha, que independente da atual conjuntura, e tornou-se referência turística a nível internacional.

O trabalho buscou demonstrar que um dos fatores adversos ao desenvolvimento do turismo no município pode ser a falta de integração da comunidade com sua cidade e seu patrimônio cultural, que se reflete negativamente no cotidiano das transformações urbanas, das relações sociais e humanas no espaço comunitário. As interferências e conseqüências do dia-a-dia da cidade estão diretamente relacionadas às pessoas e sua responsabilidade enquanto grupo organizado e no respeito ao espaço do desenvolvimento social. O fato de morar na cidade não significa “viver a cidade”, e isto fortalece o descaso com o espaço social e é demonstrado pela face urbana.

A degradação ambiental, depredação de ambientes e equipamentos públicos refletem não só um problema social e cultural, mas reforçam a idéia da falta de conhecimento e concepção da vida social e do espaço comunitário.

O patrimônio histórico da cidade é representado na sua maioria pelas construções do início do século XX, sobretudo após a implantação da RFFSA quando

a cidade integrou através dos trilhos da estrada de ferro parte do fluxo cultural de centros nacionais importantes, período esse que segundo MONASTIRSKY (1997, p. 168) a cidade foi tomada por um espírito progressista “A cidade vivia em função da ferrovia e do que ela representava – crescimento, desenvolvimento e progresso”. Parte desse patrimônio, símbolo de um dos melhores períodos econômicos, sociais e culturais da cidade, foi destruído e substituído por construções “modernas”. O novo conceito de modernismo desconsiderou a história da cidade, sendo fundamentado apenas em formas físicas e não emotivas. A cidade passou a contrastar conceitos sobre “novo” e o “velho”, dificultando a constituição de uma identidade mais sólida, sendo palco de episódios que empobreceram sua memória, como a destruição da Catedral de Sant’Ana, da Casa do Bispo, do Ponto Azul, da cadeia pública, de grande parte do centro histórico. Fatos estes que fizeram com que Ponta Grossa evoluísse por meio da sobreposição da **cidade mercado** ao invés de **cidade social**, desconsiderando as necessidades da sociedade e a integração de sentimentos humanos e levando em conta interesses econômicos.

A base da educação turística deve ser a integração entre comunidade e cidade, atentando-se para o perigo de se introjetar no imaginário popular uma falsa idéia de salvação econômica estimulada pelo estereótipo do turismo. Disso decorrem propostas pouco inteligentes, como a inserção do turismo como disciplina obrigatória em redes de ensino. Tais propostas pautam-se na ilusão do turismo e na necessidade do envolvimento da comunidade para “bem receber” o turista, símbolo de ganho financeiro e desenvolvimento. Porém, temas como justiça social, ética, honestidade, desigualdade social, entre outros, aproximam-se com maior precisão do desenvolvimento do que propriamente o turismo.

A educação, tendo por base de seu ato pedagógico a integração comunitária com seu ambiente, pode vir a ser instrumento de potencialização do fator “viver cidade” e de participação crítica de seus habitantes no desenvolvimento de seu espaço, onde um dos agentes pode ser a atividade turística. Diante de tais considerações, sugerem-se algumas ações que oportunizem à população uma integração com o patrimônio cultural, otimizando o relacionamento entre a comunidade e cidade e

estimulando o envolvimento e uma reflexão maior sobre as potencialidades de Ponta Grossa.

- **Revitalização do patrimônio histórico:** essa proposição envolve atuação do poder público, o que é dificultado pela situação financeira dos municípios e depende da aceitação dos proprietários. A valorização do patrimônio edificado tem melhorado nos últimos anos na cidade, visto que muitas casas históricas passaram por reformas ou receberam uma simples pintura de fachada, o que valoriza a estética da construção e expõe como exemplo para a comunidade a beleza dessas construções. A conservação desses elementos contribui para a permanência física de símbolos de períodos da história da cidade, para a valorização turística da localidade, além de proporcionar uma paisagem urbana esteticamente mais saudável, visto que a integração harmônica de elementos no espaço de convívio é fator de qualidade de vida. Sugerem-se convênios entre poder público municipal e cursos de engenharia, arquitetura e paisagismo, para que estes realizem estudos sobre a harmonização do espaço urbano de Ponta Grossa, sobretudo em ruas e avenidas com excesso de poluição visual, projetando resultados em desenhos e demonstrando por meio de exposições aos proprietários desse conjunto de imóveis.
- **Eventos:** a dinâmica da cidade deve ser valorizada e integrada aos eventos existentes. O carnaval, poderia ter seu (s) desfile (s) realizado (s) nas ruas de maior concentração de casas históricas (com trabalhos de decoração e iluminação dessas casas) e em pontos de encontro como a rua XV de Novembro e Avenida München; A realização da Olimpíada dos Campos Gerais, com maratonas e corridas em estradas de potencial paisagístico reconhecido (estrada para Alagados e Passo do Pupo), provas esportivas radicais em locais naturais condizentes; gincanas urbanas com temáticas da história da cidade e seu patrimônio; Exposições e concursos artísticos (ex. fotografia e pintura) com temas relacionados à história e à natureza da região; as exposições, preferencialmente, devem ser realizadas em espaços

abertos de bairros e vilas da cidade e em locais de grande confluência de pessoas.

- **Outros:** elaboração de um álbum de figurinhas para a rede de ensino onde as figurinhas representem símbolos históricos, a paisagem e elementos naturais, e características de Ponta Grossa (ex: etnicidade); um programa de passeios com rotas temáticas em ônibus jardineira; rotas educativas urbanas (ex: Rota do Pinhão em Curitiba); confecção de calendários e cartazes com temáticas ambientais e históricas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAGGIO, Luis Carneiro Edilson. **PLANO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO AO TURISMO**. Ponta Grossa, 1996.

BARRETO, Margarida. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1995.

BIESEK, Ana Solange; BÚRIGO, Graciela; BÚRIGO, Luciana. **Plano diretor de desenvolvimento integrado de ponta grossa: planejamento operacional 1998-2000**.

BIGTE WITHER, Thomas Plantagenet. **Novo caminho no Brasil meridional: a nova província do Paraná, três anos de vida em suas florestas e campos. 1872-1875**. Rio de Janeiro: J. Olímpio, Universidade FEDERAL do Paraná, 1974.

BOFF, L. **Saber cuidar: ética do ser humano – compaixão pela terra**. Petrópolis: Vozes, 1999.

Cidade, comunidade e turismo. **Jornal diário dos Campos**. 13 set 2001, p. 4.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 1999.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL: promulgada em 5 de outubro de 1988 – 27.ed. – São Paulo: Saraiva, 2001.

DIAS, G. F. **Educação Ambiental: princípios e práticas**. 5 ed. São Paulo: Global, 1998.

EMBRATUR. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/pnmt> Acesso em: 09 out. 2001.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.

GRINOVER, Lucio. Debates sócio-ambientais. **Coluna “Ponto de Vista”**. Ano II, nº 4, jun/jul/ago/set 1996. Ed. CEDEc, p. 6.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.

ITUPAHVA S/C LTDA. **Plano de Integração Parque Estadual de Vila Velha – Rio São Jorge**. 1989.

JECUPÉ, Kaka Werá. **A terra dos mil povos: história indígena brasileira contada por um índio**. São Paulo: Peirópolis, 1998.

- LEMOS, Leandro de. **Turismo: que negócio é esse?: uma análise da economia do turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1999.
- MACEDO, Carmen Cinira. Algumas observações sobre a questão da cultura do povo. In: VALLE, Edênio (Org.). **A cultura do povo**. São Paulo: Cortez: Instituto de Estudos Especiais, 1988.
- MILONE, P. C. et al. LAGE, B. Fundamentos econômicos do turismo. In: LAGE, Beatriz Gelas; MILONE, Paulo César. (Org.). **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.
- PAIVA, Maria de Menezes. **Sociologia do turismo**. Campinas: Papirus, 1995.
- PETROCCHI, Mário. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.
- PEREIRA, Luís Carlos Bresser. **Economia brasileira: uma introdução crítica**.
- REBELO, S. M. **Plano Municipal de educação turística – um modelo para municípios brasileiros de potencial turístico**. Revista Turismo Visão e Ação, v.1, n.2, p. 89-103, out. 98 / mar. 99.
- REIGOTA, Marcos. **A floreta e a escola: por uma educação ambiental pós-moderna**. São Paulo: Cortez, 1999.
- RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas, SP: Papirus, 1997.
- SANTOS, Boaventura de Souza. A crise do paradigma. In: SOUZA JÚNIOR, José Geraldo (Org.). **Introdução ao direito**. 4. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 1993, 144 p.
- SEGRE, Roberto. **Havana: o resgate social da memória**.
- WARAT, Luiz Alberto. **Manifestos para uma ecologia do desejo**. São Paulo: Acadêmica, 1990.
- VEGA, José Luis Garcia. **Lazer e turismo**. Rio de Janeiro: Salvat, 1979.