

Análise do planejamento turístico em Tarumã, São Paulo: para entender seus avanços e entraves

Coaracy Eleutério da Luz

da Universidade Estadual do Norte do Paraná - Cornélio Procópio - Brasil.
coaracyluz@uenp.edu.br

Jucilene Cristina Honório

da Universidade Estadual do Norte do Paraná - Cornélio Procópio – Brasil
jucihonorio.2010@gmail.com

Resumo: O presente artigo analisa o planejamento turístico do município paulista de Tarumã (SP). Uma vez que o turismo é um dos setores econômicos que mais cresce no mundo, neste recorte geográfico pleiteia-se a prática turística como uma alternativa que pode gerar renda e oportunidades ao desenvolvimento local. Os procedimentos metodológicos desta feita consistem em leitura e análise de bibliografia teórico-conceitual, impressa e em meio eletrônico, a qual fundamentou a análise do empírico, iluminado por meio de observações *in loco*, registro fotográfico e pesquisa documental. Em favor da atividade turística no município tem-se a sua repleta potencialidade e seus variados atrativos para receber os turistas, e ainda, a vontade política e o engajamento de parte da população, dentre outras vantagens identificadas. Sendo o turismo um segmento econômico e ainda uma prática social, este pode envolver tanto aspectos positivos quanto negativos, portanto, pondera-se neste estudo o papel fundamental do planejamento turístico e seus diferentes agentes envolvidos, como atenuador de possíveis entraves para sua estruturação e desenvolvimento.

Palavras-chave: Turismo; planejamento turístico; avanços; entraves; Tarumã.

Introdução

Uma vez que entender a condição de vida e o desenvolvimento de determinada atividade no espaço geográfico é um dos objetivos da Geografia, este artigo aborda um tema atual e relevante para a sociedade contemporânea: o turismo. Contudo, ainda vale destacar que o turismo é objeto de estudo de outros ramos do conhecimento como a História, a Sociologia, a Economia, a Antropologia, e logicamente, o próprio Turismo, conferindo-lhe então, um caráter interdisciplinar, multidisciplinar e transdisciplinar, no tocante às suas possibilidades analíticas. Nesta análise busca-se abordar a problemática acerca do planejamento turístico no recorte espacial em questão de modo interdisciplinar e integrado por meio de aportes teóricos, sobretudo, referentes à Geografia e ao Turismo.

Dessa maneira, esta pesquisa volta-se a entender como o município de Tarumã (SP) pode desenvolver-se a partir de seu potencial turístico e angariar destaque na

Região Geográfica Imediata de Assis, não desconsiderando, sobretudo, a primazia do planejamento turístico e suas diferentes etapas como provedores de seus principais avanços e atenuadores de possíveis entraves para este segmento econômico.

Todavia, considera-se o fato de que o turismo é capaz de promover o desenvolvimento local e/ou regional, e vislumbra-se tal panorama, a partir da análise deste recorte espacial, pois o espaço geográfico modifica-se e rearranja-se, por intermédio da implantação da atividade turística.

O turismo tem-se mostrado proeminente para o desenvolvimento local e regional, neste sentido, quanto ao entendimento de sua idealização no plano prático local, estudado a partir de sua integração às principais políticas públicas para o setor turístico é mister em alguns momentos da análise a articulação entre diferentes escalas geográficas, quais sejam a regional, a estadual e a nacional.

Em conformidade com as políticas públicas para o setor em âmbito nacional, o município objetiva a Classificação de Município de Interesse Turístico, uma vez que o mesmo vem se preparando e se estruturando desde a década de 1990, e sobretudo, ao longo do presente século, com a organização de equipe técnica e elaboração de plano diretor de turismo para dotação de infraestrutura, criação de roteiros e pontos turísticos, como por exemplo, atrativos nas modalidades de turismo rural e de turismo de eventos, que apresentam considerável potencialidade turística.

Para a execução da metodologia empregada na pesquisa de abordagem qualitativa e descritiva-exploratória, realizou-se levantamento bibliográfico teórico-conceitual com análise de alguns materiais referenciais sobre turismo, cujos autores são: Agnes Fernandes, Eduardo Yázigi, Reinaldo Dias, Sonia Maria Kohler Dias, Margarita Berretto, Rita de Cássia Ariza da Cruz, Doris van de Meene Ruschmann, entre outros, os quais discutem tal temática. Ademais, o levantamento de informações *in loco*, com observações e registro fotográfico foram fundamentais para elucidar o potencial turístico estudado e sistematizar os resultados do quadro empírico analisado.

Assim, discutiu-se de início, a definição de turismo, sua organização e as transformações que este acarreta ao espaço, por conseguinte, trata-se da real necessidade do planejamento turístico para o desenvolvimento da atividade nos dias atuais. Em seguida foram abordadas as características socioeconômicas do município analisado, enfatizando seus anseios por um desenvolvimento no setor turístico. Por fim foram apresentadas algumas sugestões e caminhos considerados mais adequados para o município percorrer nesta seara.

Nesta perspectiva, enseja-se o planejamento territorial do turismo como participativo, envolvendo a população local e a administração municipal, podendo ambas interferir de forma mais direta e decisiva, a fim de motivar reflexões mais consistentes e críticas sobre as formas de uso e ocupação do espaço e, assim, produzir ações voltadas para o incentivo ao desenvolvimento turístico local. O turismo é uma prática social e econômica, e se planejado adequadamente, torna-se uma alternativa que pode gerar renda e oportunidades de desenvolvimento local.

Turismo e espaço

A definição da Organização Mundial do Turismo (OMT) é a mais utilizada atualmente entre os estudiosos de tal assunto. O turismo é o conjunto de todas as atividades desenvolvidas em um determinado local, essas atividades turísticas têm impactos diretos e também indiretos na economia, na sociedade, na cultura, na política e no meio ambiente, seja de âmbito local, estadual e até mesmo federal, transformando o espaço constantemente. Em 1994, a OMT formulou um conceito de turismo, definindo-o como um:

[...] conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadias em lugares distintos de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios ou por outros motivos não relacionados ao exercício de alguma atividade remunerada no local visitado (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2001, p. 38).

Para Yázigi (2011), a organização do turismo, em seu mais amplo sentido, pode ser dividida em duas grandes esferas, sendo o turismo operacional (prestação de todos os serviços cabíveis – acesso, hospedagem, gastronomia, produção de eventos, animação, marketing, etc.), e o turismo organização do território (qualidade ambiental urbana e rural - infraestruturas de todos os tipos; patrimônio material; museologia; manejo de unidades de conservação para visitas; simbologias, etc.).

São os diversos lugares que formam um leque de destinos em regiões turísticas, que assim concebidas encurtam as distâncias e possibilitam maior mobilidade e entretenimento ao visitante, aumentando o número de lugares visitados. Dessa maneira, o turista tem mais oportunidades para conhecer atrativos diversos e se relacionar com hábitos, mitos, ritos e festejos de diferentes comunidades em uma determinada região. Para a região ser considerada turística é preciso levar em conta principalmente a presença do turista e as diversas possibilidades como as vias de acesso (portais de entrada

e rotas de circulação), o atrativo principal com suas infraestruturas no entorno, os sujeitos sociais sensibilizados com a atividade e os vazios turísticos. Estes são elementos fundamentais para que as atuais ações deflagradas pelos diferentes sujeitos sociais e atores públicos possam, a partir das densidades dos lugares, formar uma região turística (SANTOS, 2012a). Para Santos (2012a, p. 97):

No planejamento de uma região turística, é preciso considerar as vias de mobilidade dos visitantes como caminhos que unem pontos turísticos diversos e semelhantes. Sendo assim, as dimensões espaciais e limítrofes são fundamentais na operacionalidade das “Regiões Turísticas”. No planejamento de uma região turística, é preciso considerar as vias de mobilidade dos visitantes como caminhos que unem pontos turísticos diversos e semelhantes. Sendo assim, as dimensões espaciais e limítrofes são fundamentais na operacionalidade das “Regiões Turísticas”.

Yázigi (2011, p. 427) acredita que “a luta por conselhos integradores é fundamental porque reúnem em si todos os que têm de ser reunidos, e assim sendo se torna altamente representativa da sociedade e de seus variados interesses”. O mesmo autor também afirma que só não cria um conselho integrador de fato, se não quiser.

É necessário pensar em um turismo integrado, onde os municípios possam buscar uma união e cooperação para desenvolver estratégias de rotas turísticas e locais atrativos para o turista poder ter a oportunidade de conhecer todo o espaço de uma região. Dessa forma, o espaço torna-se o conceito mais abrangente e abstrato da Geografia, e todo fenômeno ocupa um espaço, inclusive o turismo.

Dessa forma, o espaço torna-se o principal objeto de consumo do turismo, podendo até mesmo ser considerado uma mercadoria. Santos (2012, p. 37) salienta que:

O espaço é o resultado da geografização de um conjunto de variáveis, de uma interação localizada, e não de efeitos de uma variável isolada. Sozinha, uma variável é inteiramente carente de significado, como é fora do sistema ao qual pertence. Quando ela passa pelo inevitável processo de interação localizada, perde seus atributos específicos para criar algo novo.

O espaço geográfico vai se modificando constantemente, e cada lugar torna-se único, apresentando especificidades e oportunidades únicas. Santos (2011) expõe que a sociedade opera no espaço geográfico por meio dos sistemas de comunicação e transportes, sendo o espaço e o fenômeno técnico uma relação abrangente de todas as manifestações da técnica, incluídas as técnicas da própria ação. Cada lugar atribui às técnicas o princípio de realidade histórica, relativizando o seu uso, integrando-as num conjunto de vida, retirando-as de sua abstração empírica e lhes atribuindo efetividade

histórica. A configuração territorial é o conjunto de elementos artificiais e naturais que fisicamente caracterizam uma área. Sendo assim, o espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório de sistemas de objetos e sistemas de ações, e o espaço é hoje um sistema de objetos cada vez mais artificiais. Os objetos que interessam à Geografia não são apenas objetos móveis, mas também imóveis, tendo como exemplo, uma cidade, uma barragem, uma estrada de rodagem, um porto, uma floresta, uma plantação, um lago, uma montanha (SANTOS, 2011). Foi por meio das técnicas que estão presentes em toda parte que o homem conseguiu alcançar todos os lugares do planeta Terra, e atualmente, é por causa dos objetos e sua curiosidade que o mesmo quer conhecer o desconhecido. Souza (2013, p. 42) afirma que:

A produção do espaço pode se referir tanto à sua (re)produção, nos marcos do modelo social hegemônico, capitalista e heterônimo, quanto à emergência de novas significações, novas formas e novas práticas (que, em alguns casos, desafiarão explicitamente o *status quo* heterônimo).

A produção do espaço está sempre mudando, sendo constantemente desafiada, em diferentes escalas, onde se encontra em contínuo crescimento da produção do espaço para a acumulação capitalista (SOUZA, 2013). Assim, a sociedade está em constante dinâmica, pois possui necessidades mutáveis, onde sempre está ocorrendo uma renovação urbana e rural, relocação diferenciada da infraestrutura e mudanças são notáveis a todo o momento. Assim sendo, o espaço geográfico é composto pelo espaço rural, o espaço urbano e também o espaço industrial, onde cada qual com a sua transformação está continuamente “produzindo” o espaço em que vivemos. A produção, (re)produção e transformação do espaço, pode se dar em diversas escalas espaciais (local, regional, nacional e global). Com isso, a sociedade age sobre o espaço que está em incessante transformação. Deste modo, o espaço geográfico está sempre se modificando e o turismo é um setor que busca ressarcir o entretenimento, a cultura e o pessoal de cada um.

O turismo pode ser considerado um dos ramos mais significativos do comércio mundial, e sua produção de serviços é uma das principais ferramentas utilizadas pelos países para ser competitivo na esfera internacional. A atividade turística se apropria de espaço, causando impactos ambientais, e conseqüentemente, não beneficia toda parcela da população (CORIOLANO; SAMBAIO, 2012). Logo, toda a gestão privada e/ou pública deve pensar em como o turismo pode trazer benefícios para a população, mas sempre irá gerar aspectos negativos, seja para a população ou para o meio ambiente.

Tanto o governo estadual, como o municipal, devem promover políticas de trabalho alternativas às tradicionais, explorando recursos culturais e naturais a partir

dos princípios da sustentabilidade em prol da sociedade que acolhe o visitante e também do bem-estar do turista. Para Coriolano (2006, 368):

O turismo é uma das mais novas modalidades do processo de acumulação, que vem produzindo novas configurações geográficas e materializando o espaço de forma contraditória, pela ação do Estado, das empresas, dos residentes, e dos turistas. Compreender essa dinâmica significa entender as relações produtivas do espaço e o exercício de poder do Estado, das classes empresariais e trabalhadoras em movimento e conflito. O turismo, para se reproduzir, segue a lógica do capital, quando poucos se apropriam dos espaços e dos recursos neles contidos apresentando-os como atrativos transformados em mercadorias.

Nos dias atuais, o turismo é um dos eixos que mobilizam as configurações da espacialização, agindo de forma que desterritorializa/reterritorializa o espaço geográfico e produz novas configurações em determinadas localidades geográficas (CORIOLANO, 2006).

Nos últimos anos o turismo vem se destacando e aumentando consideravelmente no mundo todo, inclusive no Brasil. Em muitos municípios brasileiros, tais como Curitiba (PR); Morretes (PR); Foz do Iguaçu (PR); Florianópolis (SC); Blumenau (SC); Fortaleza (CE); Salvador (BA); Ouro Preto (MG); Rio de Janeiro (RJ); Niterói (RJ); Gramado (RS); Holambra (SP); Aparecida (SP); entre outros, pensa-se o turismo como uma ação estimulante para o desenvolvimento local, pois, é capaz de oferecer meios para o desenvolvimento socioeconômico, gerando renda para população. Por isso, esses municípios criaram estratégias para fomentar as atividades turísticas em seus territórios, impulsionando o crescimento desse setor. Nessa contextura, a gestão municipal do município de Tarumã (SP) encontra-se em busca de estratégias para desenvolver o turismo, sobretudo as modalidades turísticas que envolvem espaços rurais e eventos, e também planeja um desenvolvimento turístico local, e concomitantemente integrado à escala regional.

A necessidade do planejamento turístico

De modo precursor, o planejamento, segundo Barretto (2005), foi efetivado através da ação dos campos militar e econômico, mantendo do primeiro, os conceitos de 'estratégia' e 'tática'. Ainda para a mesma autora por pertencer ao âmbito das ciências humanas e sociais, e assumindo suas peculiaridades, o planejamento consiste em um conceito que já foi definido de diversas maneiras.

Todavia, Barretto (2005) explica que na diversidade de definições de planejamento, identificam-se alguns pontos de convergência:

Um sistema de ideias organizado racionalmente para determinar mentalmente o que fazer para intervir em determinado contexto depois de examinadas as circunstâncias concorrentes; Um processo de determinação de objetivos e dos meios que possibilitem sua consecução; Um conjunto de modelos normativos e de teorias operacionais; Um mecanismo orientado para um futuro desejado com os meios efetivos para tornar esse futuro uma realidade (BARRETTO, 2005, p. 30).

Basicamente o planejamento envolve um caminho a ser traçado a partir de determinados objetivos que buscam transformar uma realidade do presente com vistas a uma realidade futura. Para Barretto (2005) as ideias em comum que se verificam nas definições, dizem respeito à complexidade, devido ao uso dos termos ‘sistema’, ‘processo’, ‘mecanismo’, e à ação direcionada para o futuro.

No caso do planejamento turístico tais princípios são expressivos, o que é próprio deste tipo de plano, qual seja, a complexidade do turismo e suas diversas variáveis atinentes. Por esta razão o planejamento turístico apresenta diferentes etapas, e principalmente, para que seu desenvolvimento prático produza os efeitos esperados de forma exitosa no espaço que se pretende como lugar turístico. De acordo com Cruz (2003, p. 7), o lugar turístico “é uma expressão utilizada tanto para se referir a lugares que já foram apropriados pela prática social do turismo como também a lugares considerados potencialmente turísticos”. Neste sentido, o recorte espacial estudado configura-se como um lugar potencialmente turístico que se enseja como lugar turístico, daí a necessidade de planejar a atividade turística e os efeitos espaciais esperados.

Na literatura especializada sobre turismo há vários autores brasileiros que conceituam o planejamento turístico e suas etapas. De modo sucinto, discorre-se aqui a partir de algumas contribuições acerca de métodos de planejamento turístico a fim de fundamentar a análise do recorte empírico nos itens subsequentes.

Considerando que comumente o planejamento turístico é criticado quanto à não participação da comunidade local da área receptora nas decisões e ações em prol da atividade, ou até mesmo no “direito de pronunciar-se, inclusive, sobre o não-desenvolvimento do turismo em determinado local” (BARRETTO, 2005, p. 20).

Então traz-se à baila, um método de planejar o segmento, cujo escopo integra a comunidade, e sob tal perspectiva, que não se isenta de obstáculos, tornou-se um paradigma do desenvolvimento do turismo em vários países do mundo, sendo que o Canadá foi um dos primeiros territórios a desenvolvê-lo (BARRETTO, 2005).

Barretto (2005) explica que neste país, o trabalho de planejamento turístico desenvolvia-se através de quatro etapas:

- a) procurar os traços distintivos da comunidade, incluindo seus recursos históricos e naturais e suas características étnicas e culturais;
- b) determinar as áreas críticas quanto à visibilidade, deslocamento ou concentração de pessoas (a cara da comunidade);
- c) determinar os usos dessas áreas;
- d) formular programas específicos de ação de acordo com os usos escolhidos (BARRETTO, 2005, p. 20).

O programa turístico poderia variar conforme os recursos e a criatividade dos quais a comunidade dispunha, e assim, de acordo com suas prioridades e habilidades, esta se sentiria pertencente ao desenvolvimento do turismo, resultando em um plano que envolveria não somente os planejadores, mas a sociedade, porque abrangeria todos os seus setores (BARRETTO, 2005). Esta participação colabora para: “o compromisso com o plano, a resolução de conflitos, a valorização do entorno e para a tomada de consciência das insatisfações da sociedade” (BARRETTO, 2005, p. 21). E segundo a mesma autora é fundamental não confundir este planejamento integrado e participativo com campanhas de conscientização sobre o turismo, as quais consistem em algumas diretivas ao se planejar oficialmente o turismo.

Entretanto este método de planejamento turístico apresenta algumas limitações, quais sejam, alguns condicionantes sociais. Visto que basicamente o planejamento participativo pressupõe igualar o saber local e o conhecimento técnico e científico dos planejadores, a qualificação ou não da população para participar depende do seu nível educacional e do atendimento de suas necessidades básicas (BARRETTO, 2005). Por exemplo:

A situação socioeconômica dos moradores de uma vila nos Alpes suíços é diferente da situação dos moradores de uma reserva indígena do Amazonas, e essa situação será determinante para o tipo de inserção que essa população possa ter no processo de planejamento de turismo e até das demandas que um e outro farão. Isso nos traz novamente ao ponto inicial, em que se afirma a impossibilidade de seccionar o planejamento do turismo do planejamento de outras instâncias da vida em sociedade (BARRETTO, 2005, p. 23).

Dessa maneira, estudos que investigaram as reais possibilidades deste tipo de planejamento turístico, afirmam que este não deve ser encarado a partir de uma visão ‘romantizada’ do turismo, pois na prática alguns problemas foram identificados. Tem-se o problema relacionado ao fato de que a comunidade não corresponde a um grupo homogêneo, assim há “diferentes grupos de interesse, que defendem suas prioridades, o

que torna inevitável que alguns segmentos se beneficiem mais, participem mais e tenham mais poder do que outros” (BARRETTO, 2005, p. 23). Neste rumo há ainda avaliações sobre a participação comunitária que a concebe como uma “espécie de privatização da elaboração de políticas públicas por conglomerados econômicos e não pelas autoridades democraticamente eleitas para essa função” (BARRETTO, 2005, p. 23). Concluindo-se então que tal qual o planejamento, a participação comunitária para planejar o turismo é complexa e dependente de outros processos políticos e sociais (BARRETTO, 2005).

Prosseguindo, tem-se as contribuições teórico-metodológicas de Ruschmann (2008) que enseja sobre o propósito do planejamento turístico, qual seja “ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada evitando, dessa forma, os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem sua atratividade” (RUSCHMANN, 2008, p. 9).

Neste sentido a autora ressalta a indispensabilidade de um planejamento turístico que preze pelo equilíbrio entre os recursos físicos, culturais e sociais das áreas receptoras a fim de que se evite que o próprio turismo destrua seus atrativos, base de sua existência (RUSCHMANN, 2008).

Em sua tese Ruschmann (2008) defende a ideia de que somente ações planejadas a partir de uma metodologia científica sob a perspectiva de um desenvolvimento sustentável do turismo é capaz de evoluir favoravelmente para empreendedores, populações receptoras e turistas.

O conceito de desenvolvimento sustentável do turismo significa: “aquele que atende às necessidades dos turistas atuais, sem comprometer a possibilidade de usufruto dos recursos para gerações futuras” (WORLD COMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT 1987 apud RUSCHMANN, 2008, p. 10). Esta acepção abrange o conceito de meio ambiente, que, por conseguinte, segundo a mesma autora, engloba:

[...] a biosfera, isto é, as rochas, as águas e o ar que envolvem a Terra, juntamente com seus ecossistemas, constituídos de comunidades – integradas por indivíduos e todos os tipos de vida animal e vegetal. Essa definição também inclui todos os tipos de construções feitas pela mão do homem: as cidades, os monumentos históricos, os sítios arqueológicos e, ainda, os padrões de comportamento das populações – o folclore, o vestuário, a gastronomia e o modo de vida das comunidades (RUSCHMANN, 2008, p. 10).

Ruschmann (2008) explica que é a amplitude da existência de cada componente mencionado anteriormente que define a atratividade e a quantidade de turistas de um lugar turístico. Devido à constatação da falta de “cultura turística”, ou seja, por causa do

comportamento alienado dos turistas em relação ao local que visitam, pois estes acreditam não serem responsáveis pela preservação do meio ambiente visitado e da originalidade dos lugares turísticos, surgiram em alguns países desenvolvidos, alguns formatos de turismo, designados como turismo “brando” ou turismo “alternativo” (RUSCHMANN, 2008).

Além disso, estas autoras melhor elucidam a temática ao diferenciar os planejamentos turísticos de longo, médio e curto prazo. O planejamento de longo prazo “é aquele que se estende a partir da atualidade até o final da capacidade potencial de um empreendimento ou ação, visando o desenvolvimento de novos produtos ou serviços” (SILVA; SONAGLIO, 2013, p. 64). O planejamento de médio prazo objetiva implantar ações a longo prazo quanto aos equipamentos que atenderão a demanda turística, este plano vincula-se ao de longo prazo e usualmente é estabelecido em cinco anos (SILVA; SONAGLIO, 2013).

O planejamento turístico de curto prazo “constitui a fase inicial da hierarquia na implantação de equipamentos e no desenvolvimento de atividades em núcleos receptores” (SILVA; SONAGLIO, 2013, p. 64). Em geral no período de um ano as necessidades imediatas são atendidas no intuito de viabilizar os serviços e equipamentos turísticos. De modo predominante ocorre através de empresas particulares com baixo efeito na oferta turística total (SILVA; SONAGLIO, 2013).

Outra importante contribuição teórico-metodológica de Ruschmann é apresentada por Silva e Sonaglio (2013), trata-se do seu Modelo de Plano de Desenvolvimento Turístico com quinze etapas, a saber:

01. Identificação clara do problema, definindo a meta final e os objetivos – trata-se da conscientização da situação turística vigente na localidade a ser estudada. Os objetivos constituem os fins propostos e geralmente são expressos de forma qualitativa, em afirmações específicas, em sentenças claras e curtas, nas quais se considera preliminarmente a viabilidade de sua operacionalização;
02. Caracterização geral – delimitação da área de estudo, aspectos históricos e a administração geral e aspectos socioeconômicos;
03. Aspectos turísticos – condições naturais e atrativos socioculturais;
04. Infraestrutura turística – hospedagem, alimentos e bebidas, entretenimentos, condicionamento físico e saúde, agenciamento, outros serviços e recursos humanos para o turismo;
05. Turismo receptivo – caracterização da demanda, caracterização da vocação e do tipo de turismo e *marketing*;
06. Turismo emissivo;
07. Análise e avaliação da oferta e da demanda, da imagem e da destinação turística – considerando os seus pontos fortes e fracos e as oportunidades e os riscos do desenvolvimento do turismo;
08. Diagnóstico – descreve a situação atual da destinação com base nos fatos, nas estatísticas e no seu histórico, obtidos pelo inventário. O

- fator mais importante do diagnóstico reside na apresentação de uma visão analítica do fenômeno turístico na localidade, das variáveis que a determinam e das relações mais importantes;
09. Prognóstico – prevê e projeta o comportamento esperado para o fenômeno turístico no caso de não haver interferência sobre o seu desenvolvimento atual, seja ele favorável ou não;
 10. Diretrizes básicas para o desenvolvimento (ou recuperação) do turismo nas destinações turísticas – são estreitamente associadas aos objetivos propostos e constituem a indicação dos rumos a tomar. Trata-se de determinação das linhas-guia, para as quais se determinam prazos, instrumentos e responsabilidades;
 11. Prazos – determinam a prioridade para a implantação de cada ação recomendada em curto, médio ou longo espaço de tempo;
 12. Responsabilidades de cada setor envolvido na implantação das diretrizes propostas – relacionam-se com a atuação dos órgãos públicos e privados, bem como com a abrangência de cada um deles;
 13. Instrumentos necessários para viabilizar as diretrizes propostas – devem ser definidos, classificados e ordenados, são eles: a. Intervenções de Ativo Fixo (IAF) – para a criação de obras físicas específicas, tais como aeroportos, hotéis, marinas etc.; b. Políticas Específicas de Direção (PED) – diretamente relacionadas com órgãos públicos, têm a finalidade de estimular, controlar e evitar investimentos e ações; c. Ações Promotoras de Desenvolvimento (APD) – podem ser empreendidas tanto pelo setor público como privado e tratam da comercialização dos produtos turísticos, da capacitação dos recursos humanos para o setor, da legislação específica para o turismo, da organização e da administração da atividade;
 14. Programas de ação – constituem os marcos específicos da referência para a elaboração de projetos que, vinculados entre si pelas suas características, devem ser coerentes, interdependentes e apresentar periodicidade;
 15. Projetos – correspondem ao conjunto de informação, sistemática e racionalmente ordenadas, que permite estimar os custos e benefícios de cada uma das diretrizes propostas e delimitadas no programa de ação. A implementação dos projetos decorrentes de um plano de desenvolvimento turístico só ocorrerá após a sua avaliação, realizada pelos órgãos públicos ou empresas privadas responsáveis pela sua execução, que analisarão as repercussões socioeconômicas, políticas e ambientais e o desenvolvimento da destinação turística (SILVA; SONAGLIO, 2013, p. 65-66).

Findando este item evidenciaram-se algumas recomendações indispensáveis para um progresso do turismo que seja mais próximo da eficiência e menos propenso às falhas a partir da sua orientação e execução por um método de planejamento turístico. E os métodos, aqui apresentados, foram escolhidos, em função de aspectos cogentes, definidos por estes, como a participação da sociedade envolvida, a noção de sustentabilidade, a estipulação das diferentes etapas e seu respectivo cumprimento de acordo com o prazo do plano traçado. No item seguinte tais ideias consistem em importante parâmetro na análise acerca do planejamento turístico desenvolvido no recorte espacial estudado.

O município de Tarumã (SP): contextualização

O município de Tarumã localiza-se no Oeste do Estado de São Paulo, e oficialmente pertence à Região Intermediária de Marília e à Região Geográfica Imediata de Assis (IBGE, 2017) no Estado de São Paulo (Figura 01).

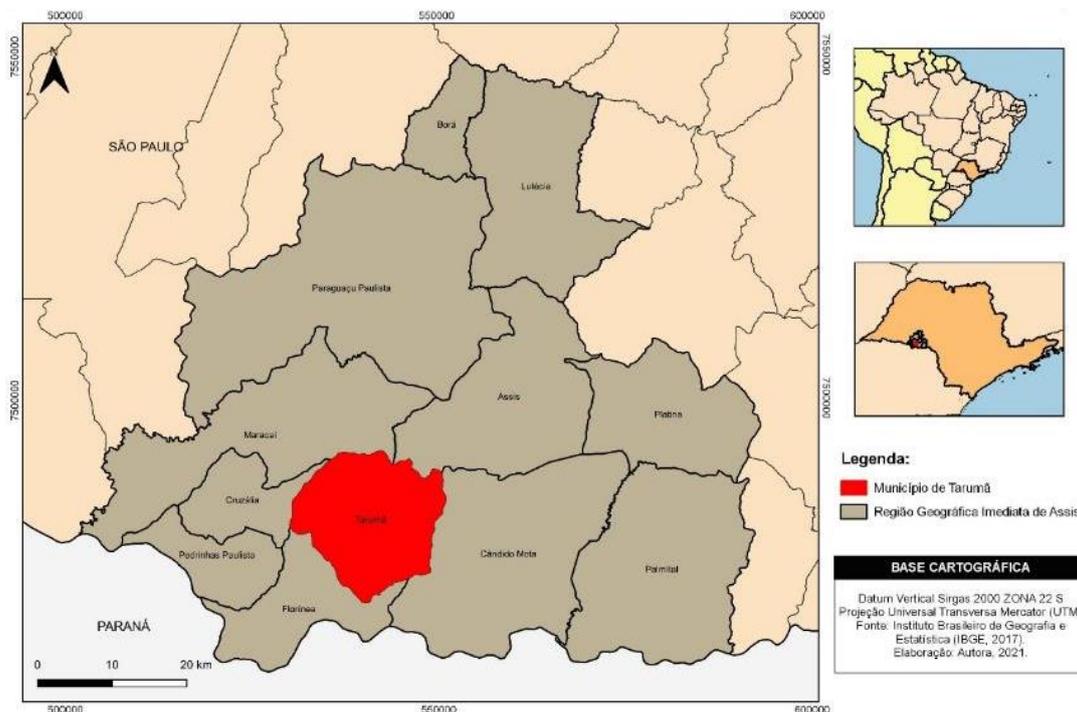


Figura 01 – Localização do município de Tarumã na Região Geográfica Imediata de Assis (SP)
Fonte: IBGE (2017).

Sua formação territorial, que atualmente atinge 302,913 km² (IBGE CIDADES, 2021), teve início em meados do século XX, especialmente, por meio dos grandes latifundiários que se instalaram na região. A ocupação foi gerenciada por uma empresa privada, formando, assim, um povoado que mais tarde ficaria conhecido como Vila Lex. Em 20 de outubro de 1927, a Vila passou a ser reconhecida como Distrito de Paz. No entanto, um imenso hiato separou essa data da emancipação municipal. Os motivos são ignorados. Apenas em 20 de outubro de 1993 ocorreu a instalação do município, que passou a se chamar Tarumã. O nome do município faz homenagem a uma árvore silvestre que existia em abundância no local e que, atualmente, encontra-se em extinção (TARUMÃ, 2019).

Para fins de apresentação do panorama socioeconômico do jovem município de 28 anos durante o século XXI, a participação dos setores primário (agropecuária), secundário (indústria) e terciário (comércio e serviços) esboça a constituição do PIB

Municipal em 2018. O Produto Interno Bruto (PIB), segundo IBGE (2021) “é a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por um país, estado ou cidade, geralmente em um ano”. No caso do município de Tarumã, a publicação mais recente deste indicador informa que o setor terciário detém a maior parcela de participação (53%), seguido do setor secundário (39%) e por último o setor primário (8%). O turismo, assunto investigado neste estudo, corresponde a um dos segmentos econômicos integrantes do setor que mais contribui para a composição do PIB Municipal.

Com população estimada em 15.183 pessoas para 2020 (IBGE CIDADES, 2021). Com relação ao trabalho e rendimento, do total da população, a proporção de 34,6%, o que equivale a 5.187 pessoas, encontrava-se ocupada no ano de 2019 (IBGE CIDADES, 2021). No mesmo ano o salário médio mensal dos trabalhadores formais correspondia a 2,5 salários mínimos (IBGE CIDADES, 2021).

Quanto à distribuição dos empregos formais no total de empregos, verifica-se que em primeiro lugar estão os empregos formais da agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura (33%), em seguida da indústria (25%), e somente em terceiro lugar aparecem aqueles de serviços (21%), e na sequência, os empregos do comércio atacadista e varejista e do comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas (12%), e por último da construção (9%). Embora, desmembrados neste levantamento estatístico, serviços e comércio, representam significativa parcela do total de empregos formais no município, corroborando à participação deste setor no PIB Municipal.

De acordo com o Atlas Brasil (2021), Tarumã possui alto Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM) equivalente a 0,753 em 2010, observando-se que o índice se elevou, pois, em 1991 era 0,469 e nos anos 2000 era 0,654, apresentando uma evolução em termos relativos de 15,14% na primeira década do século XXI. Sobre o IDHM de Tarumã e seus indicadores no município em 2000 e 2010, apresenta-se o seguinte na Figura 02:

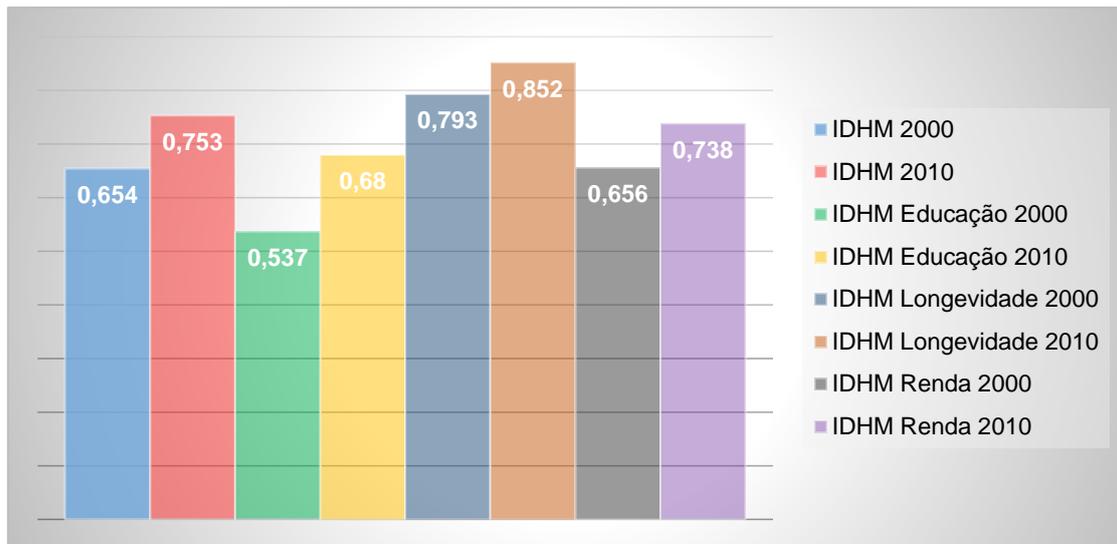


Figura 02 – IDHM e seus indicadores no município (2000 e 2010)
Fonte: Atlas Brasil, 2021.

Uma rápida análise da Figura 02 mostra que o indicador Educação em 2000 estava baixo, passando para um índice médio no ano 2021. Já o indicador Longevidade apresentava-se como alto em 2000 e tornou-se muito alto em 2010. Por fim, o indicador Renda era um índice médio em 2000 e passou a ser alto em 2010, aumento que não deve desconsiderar o contexto social e econômico no qual o país se encontrava na maior parte dessa década. Dentre os indicadores, a Educação foi o que menos cresceu, sendo que a Longevidade obteve maior aumento, entendendo-se daí a elevação do IDHM em 2000 classificando-se como médio, e tornando um índice alto em 2010.

O planejamento turístico em Tarumã (SP): o estado da arte entre avanços e entraves

Neste item aborda-se inicialmente a perspectiva de planejamento turístico regional envolvendo o município de Tarumã, e em seguida como vem ocorrendo, a evolução do processo de estruturação para o turismo na escala local. Longe de esgotar o assunto, dada a sua complexidade, destacam-se alguns avanços e entraves para atingir o escopo pretendido, qual seja, a obtenção do título de Município de Interesse Turístico e o desenvolvimento pleno do turismo.

A perspectiva regional do turismo e o município

No Mapa do Turismo do Estado de São Paulo, o município de Tarumã, classificado como categorização D, integra a região turística Encantos Vale do Paranapanema (ITU, 2021) com os municípios de Assis, Maracáí, Cruzália, Pedrinhas Paulista, Florínea, Cândido Mota, Palmital, Ibirarema, Ribeirão do Sul, Campos Novos Paulista, Platina, Echaporã, Oscar Bressane e Lutécia (FRANÇA; PICHI; RIBEIRO, 2017). A categorização turística é um instrumento elaborado pelo Ministério do Turismo para “identificar o desempenho da economia do setor nos municípios que constam no Mapa do Turismo Brasileiro” (PORTAL BRASILEIRO DE DADOS ABERTOS, 2021, não paginado), e ainda é “uma estratégia de implementação do Programa de Regionalização do Turismo” (PORTAL BRASILEIRO DE DADOS ABERTOS, 2021, não paginado) no sentido da tomada de decisões mais precisas e na implementação de políticas em conformidade com as particularidades dos municípios. A categorização definiu cinco categorias A, B, C, D e E de municípios. Assim municípios classificados com categorias A, B e C, apresentam fluxo de turistas domésticos e internacionais, e municípios de categorias D e E, não possuem fluxo turístico nacional e internacional expressivo, todavia, a respeito da região turística em tela, “alguns possuem papel importante no fluxo turístico regional e precisam de apoio para geração e formalização de empregos e estabelecimentos de hospedagem” (ITU, 2021, não paginado).

Na classificação realizada pelo Ministério do Turismo em 2017, Tarumã é considerado município de categoria D, totalizando a quantidade de 2 empregos em hospedagem e 3 estabelecimentos de hospedagem, com demanda internacional de 168 turistas (PORTAL BRASILEIRO DE DADOS ABERTOS, 2021).

Com formação quase idêntica à delimitação regional do Mapa do Turismo de São Paulo, o consórcio intermunicipal, denominado Consórcio Intermunicipal do Vale do Paranapanema (CIVAP) que existe desde 1985 (CIVAP, 2021), decidiu, ao longo do presente século, elaborar um Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável no Vale do Paranapanema de forma integrada e regional. Os municípios consorciados são: Assis, Cândido Mota, Cruzália, Echaporã, Florínea, Ibirarema, Iepê, Lutécia, Maracáí, Nantes, Oscar Bressane, Palmital, Paraguaçu Paulista, Pedrinhas Paulista, Platina e Tarumã (IPETURIS, 20--).

Para tanto após aberta concorrência pública através de parceria com o Ministério do Turismo, intermediada pela Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo), o Ipeturis

(Instituto de Pesquisas, Estudos e Capacitação em Turismo) obteve resultado favorável e foi o responsável pela elaboração do referido plano (IPETURIS, 20--).

Uma das etapas iniciais do plano consistiu na identificação das potencialidades turísticas de cada município para que posteriormente fossem estabelecidos os objetivos relativos ao turismo e finalmente as estratégias para concretizá-los. Tal etapa foi desenvolvida através da Oficina de Planejamento Participativo, composta por uma equipe técnica do Ipeturis e dois representantes de cada município, onde reconheciam-se as potencialidades e os entraves para sua transformação em recurso turístico (IPETURIS, 20--). Como estratégias apontavam-se:

a reestruturação da administração pública do turismo; criação de uma identidade regional para vender turisticamente a região, já que cada cidade tem um produto diferente a oferecer; melhoria na infraestrutura de serviços, como as estradas vicinais que estão mal conservadas, assim como melhorar e incrementar onde já existe e criar onde não há, a infraestrutura turística (hotelaria, restaurantes, pontos de lazer e diversão); criação de roteiros diversificados com mais qualidade etc. (IPETURIS, 20--, p. 21)

O delineamento da identidade regional teve como referência o rio Paranapanema porque segundo os resultados obtidos através da Oficina de Planejamento Participativo, particularmente, cada município teria uma oferta turística distinta. Entretanto, para o instituto esta fonte para definição de identidade regional não é suficiente para contemplar a região em sua totalidade, assim uma das estratégias para desenvolver o turismo vale-se do *boom* do agronegócio. O plano sugere a implantação de um Parque Temático da Economia Agrícola, além da criação de um Convention Bureau Regional para desenvolver o turismo de eventos e negócios com a implantação de um Centro de Eventos de Múltiplo Uso para realização de espetáculos, festas, eventos esportivos, convenções, exposições, desfiles etc. Ainda o turismo de aventura e ecoturismo e o turismo cultural foram indicados no plano como modalidades turísticas potenciais para a região. De acordo com o plano o município de Tarumã figura com a manifestação popular e a realização técnica e científica contemporânea como tipos de atrativos (IPETURIS, 20--).

A inserção de Tarumã nessa região expressa uma visão prospectiva de envolvimento regional para a formação de um produto turístico diversificado e fortalecido a partir das características e particularidades que cada município oferece ao turismo (FRANÇA; PICHI; RIBEIRO, 2017), como já mencionado nesta seção.

Assim, verifica-se um dos fatores que estimulou a necessidade do planejamento local do turismo em Tarumã, cuja finalidade é desenvolvê-lo a partir de suas

potencialidades turísticas locais, de modo a integrá-las na proposta turística regional. Portanto, o planejamento turístico local é um desdobramento do plano turístico em escala regional.

Sobre o plano de desenvolvimento do turismo na escala regional, explanado aqui, se analisado a partir dos fundamentos teórico-metodológicos do item anterior, quais sejam, os princípios básicos do método de planejamento turístico de Barretto e Ruschmann, notam-se inconsistências do ponto de vista da participação da população local e do conceito de sustentabilidade, só para citar algumas.

Pois, a dinâmica utilizada para levantamento das potencialidades, definição de objetivos e de estratégias de ação para desenvolver o turismo na região, não conta com ampla representatividade da população envolvida, não se caracterizando como um planejamento turístico participativo. E ainda, o plano delineado pretende o desenvolvimento de modo sustentável, contudo, dentre as fontes reconhecidas para formação de uma identidade regional, estão a presença do rio Paranapanema e sua importância sociocultural para a região, e a atividade econômica do agronegócio, ambas, segundo o plano, motivam o desenvolvimento de várias modalidades turísticas, mas contraditoriamente, atribui-se peso para o turismo de eventos em torno desta última motivação, o que parece esvaziar o sentido da sustentabilidade, melhor contemplado com as demais modalidades, ecoturismo e turismo cultural, se bem planejadas e executadas.

A perspectiva local do turismo no município

Corroborando a categorização turística, o município possui fluxo de visitantes em âmbito regional a partir da realização de eventos, o que fortalece as ações de estruturação cada vez mais profissionalizadas em torno do turismo. Assim, espera-se a concretização da cidade na categoria de Município de Interesse Turístico (MIT) a partir de uma perspectiva em que a técnica, a potencialidade e o trabalho conjunto possam frutificar novas atitudes positivas ao desenvolvimento do turismo no Centro Oeste Paulista (FRANÇA; PICHI; RIBEIRO, 2017).

Pode-se afirmar que desde a década de 1990 teve início em Tarumã um processo de preparação para desenvolver sua vocação turística. Dentre outros aspectos, é o que se percebe a partir da análise da evolução da legislação relacionada ao turismo, elaborada a partir do poder público municipal (Quadro 01):

Quadro 01 – Evolução da legislação pertinente ao turismo no município de Tarumã (SP)

Ano	Nº	Data	Ementa
1993	8/1993	13/01/1993	- Dispõe sobre a celebração de convênios com a secretaria de Estado do Meio Ambiente, com as finalidades de desenvolvimento de programas ligados ao meio ambiente
	6/1993	20/01/1993	- Dispõe sobre a celebração de convênio com a secretaria de Estado dos Negócios de Esporte e Turismo, com a finalidade de desenvolvimento de programas ligados ao esporte e turismo
1996	24/1996	24/05/1996	- Dispõe sobre proibir o uso de cigarro em ambientes públicos fechados, salas de diversões públicas, e dá outras providências
1997	259/1997	28/01/1997	- Dispõe sobre a celebração de convênio com a secretaria de Estado dos Negócios de Esporte e Turismo e dá outras providências
1998	312/1998	25/03/1998	- Dispõe sobre a criação do Conselho Municipal de Turismo de Tarumã
1999	24/1999	09/06/1999	- Dispõe sobre a autorização de concessão de transporte, veículo da municipalidade para eventos religiosos, esportivos e sociais coletivos e dá outras providências
2001	1.252/2001	Set./2001	- Criação do Conselho Municipal de Turismo
	45/2001	22/11/2001	- Dispõe sobre autorização ao Poder Executivo Municipal a realizar campanha de arrecadação através de sorteio de prêmios, como meio de auxiliar na melhoria da arrecadação e dá outras providências
2007	741/2007	29/06/2007	- Autoriza o Poder Executivo a celebrar convênio com a secretaria de Esportes, Lazer e Turismo e dá outras providências
2008	11/2008	09/06/2008	- Dispõe sobre a criação do Conselho Municipal do Meio Ambiente – CONDEMA, e dá outras providências
	13/2008	09/06/2008	- Dispõe sobre a denominação de “Recinto de Eventos Sebastião Domingos Beneli” – de propriedade municipal, situado no município de Tarumã, e dá outras providências
	800/2008	27/05/2008	- Autoriza o Poder Executivo a celebrar convênio com a secretaria estadual de Esportes, Lazer e Turismo e dá outras providências
2009	29/2009	14/12/2009	- Dispõe sobre a instituição de política de educação ambiental e cria o calendário de datas comemorativas ambientais, para o fim que especifica, e dá outras providências
	43/2009	29/12/2009	- Dispõe sobre autorização ao município de Tarumã a celebrar convênio com o fundo social de solidariedade e desenvolvimento social e cultural do Estado de São Paulo – FUSSESP, para o fim que especifica, e dá outras providências
2010	25/2010	04/05/2010	- Dispõe sobre autorização ao Executivo Municipal a celebrar convênio com a companhia ambiental do Estado de São Paulo CETESB, e dá outras providências
2014	31/2014	01/10/2014	- Dispõe sobre a doação com encargos, de áreas de terras de propriedade do município de Tarumã, a

			empresa Tarumã Garden Hotel Ltda. EPP, e dá outras providências
2015	19/2015	29/04/2015	- Dispõe sobre a criação do Fundo Municipal de Meio Ambiente – FMMA, e dá outras providências
2016	3/2016	04/03/2016	Dispõe sobre a denominação do imóvel público que abriga o “Bosque Municipal Daniel Baratela”, situado no município de Tarumã, e dá outras providências
2017	1.266/2017	22/11/2017	Institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Tarumã e dá outras providências
2018	127/2018	09/03/2018	Classifica como de Interesse Turístico o Município de Tarumã

Fonte: Adaptado de FRANÇA, PICHI e RIBEIRO, 2017; GOZZI e BARATELA, 2017; MUNHOZ, 2018.

Não havendo espaço suficiente para analisar aqui, meticulosamente, o cumprimento no plano prático de todas as ações e suas respectivas finalidades dispostas nos decretos-leis apresentados, selecionam-se algumas destas entendidas como importantes passos em direção ao desenvolvimento turístico do município a serem descritas e analisadas ao longo do texto. De todo modo, a partir do Quadro 01 observa-se que desde 1993, iniciou-se tal anseio, e a partir de meados deste decênio percebe-se certo avanço, já se reconhecendo em 1998 a disposição para criação do Conselho Municipal de Turismo. Durante a primeira década do século XXI avançou-se, por exemplo, através da criação dos Conselhos Municipais de Turismo e de Meio Ambiente, do estímulo ao comércio local e à arrecadação tributária, setor atinente ao turismo. E ainda foram definidas ações em prol das questões ambientais e culturais do município, o que possivelmente, sinaliza o conceito de sustentabilidade, previsto no plano de desenvolvimento turístico regional. Na última década prosseguiu-se com mais alguns objetivos no âmbito ambiental e identificou-se subsídios para o setor de hospedagem, denotando o anseio político na promoção deste equipamento de infraestrutura turística. Em 2017, um significativo avanço foi a elaboração do plano diretor de turismo. Em 2018 houve o projeto de lei classificando Tarumã como Município de Interesse Turístico (MIT), encaminhado à Assembleia Legislativa e posteriormente à Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo para avaliação do Conselho Estadual de Turismo (TARUMÃ, 2021). Entretanto, este conselho foi desfavorável à aprovação do referido projeto de lei (ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2021).

Os Municípios de Interesse Turístico (MIT) recebem recursos anuais do governo do Estado de São Paulo para serem destinados a investimentos na infraestrutura turística. A utilização da verba deve fomentar a ampliação e o fortalecimento das atividades econômicas da região. Para que seja considerado de Interesse Turístico, o município deve ter potencial turístico, Conselho Municipal de Turismo, atrativos turísticos, Plano Diretor de Turismo, serviço médico emergencial, de hospedagem, de

alimentação, informações turísticas e abastecimento de água potável e esgoto (ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2019). Todavia, o poder Executivo estadual instituiu o total de 140 municípios para angariar tal classificação e se tornarem beneficiários de tais recursos. Então há uma concorrência pujante para atender aos critérios que autorizam aos municípios alcançar tal patamar. E no caso de Tarumã, a negativa da avaliação técnica recebida do Grupo de Análise dos Municípios Turísticos (GAMT) a partir da documentação emitida para tal exame, considerou os seguintes resultados apresentados no Quadro 02:

Quadro 02 – Resultado de análise técnica sobre classificação MIT do município de Tarumã

Critério analisado	Resultado da análise			Justificativa
	Atendeu ao requisito	Atendeu parcialmente ao requisito	Não atendeu ao requisito	
Potencial turístico			X	A pesquisa de demanda turística realizada pela governança entre junho e setembro de 2017 aplicou 50 questionários, amostra considerada baixa para caracterizar uma demanda turística.
Serviço médico emergencial	X			Existência de Unidade Básica de Saúde, SAMU e atendimento 24 horas.
Equipamentos e serviços turísticos: meios de hospedagem			X	Informou a existência de três meios de hospedagem e quarenta unidades habitacionais, contudo, as fotos enviadas não indicavam locais adequados, e faltou demonstrar a capacidade e a qualidade em um raio de até 40 km.
Equipamentos e serviços turísticos: serviços de alimentação			X	Apresentou informações de sete locais de alimentação com a capacidade para 300 pessoas,

				mas as fotos contidas no material enviado não indicavam locais adequados para atender aos turistas.
Equipamentos e serviços turísticos: serviço de informação turística		X		Não tem fotos internas do local, o funcionamento é apenas de segunda a sexta e no site da prefeitura não foram encontradas informações sobre turismo como é desejável para um local que pleiteia o título de MIT
Infraestrutura básica	X			Apresenta 100% de domicílios atendidos com abastecimento de água e 96,5% com coleta de lixo
Atrativos turísticos			X	Apesar de ter informado algumas propriedades rurais, o material encaminhado não apresenta atrativos turísticos expressivos
Plano Diretor de Turismo	X			Elaborado nos termos legais (Lei Municipal 1.266/2017) apresenta diagnóstico, prognóstico e análise SWOT.
Conselho Municipal de Turismo			X	Criado pela Lei 1.252/2017 apresenta dispositivos em desconformidade com o disposto na Lei Complementar nº. 1.261/2015, e as atas foram realizadas em um curto espaço de tempo, não demonstrando um Comtur atuante.

Fonte: Adaptado de GAMT, 2020.

O perfil acima apresenta paradoxalmente os avanços de Tarumã na direção de estruturar e pleitear a prática turística em seu território, e os entraves que ainda se

mostram desafiantes para sua concretização de modo pleno, visto que a obtenção da classificação MIT acarretaria significativo impulso para a atividade. Porém, dentre nove critérios analisados, apenas três atenderam aos requisitos, isso significa que ainda há várias inconsistências em seu planejamento que devem ser eliminadas a fim de melhorar os resultados de sua estruturação para o turismo.

Destacam-se a seguir algumas das ações empreendidas no município a fim de maiores esclarecimentos úteis a análise. Para além das informações contidas no Quadro 1, dando continuidade ao processo de preparação para o desenvolvimento turístico, este conselho participou da elaboração do Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico de Tarumã, juntamente com outros setores da iniciativa pública e privada. Elaborado entre os meses de agosto e outubro de 2017, este plano teve como parâmetros a Lei Complementar nº 1.261/2015 que dispõe sobre as condições para a classificação de Estâncias e Municípios de Interesse Turístico (MIT) e a Resolução ST-14 de 21 de junho de 2016 que rege a elaboração de planos diretores de turismo, dentre outras provisões (FRANÇA, PICHI e RIBEIRO, 2017).

O documento versa sobre a compilação, ordenação e definição de programas e projetos capazes de possibilitar ao município a classificação MIT através de planejamento com vistas à realização de um turismo sustentável (FRANÇA, PICHI e RIBEIRO, 2017), ponto consonante à estratégia de desenvolvimento turístico regional. E quanto à classificação MIT, esta ainda abrange alguns entraves a serem suplantados, como já foi exposto anteriormente.

Considerado um importante avanço, dentre as ações em prol do turismo no município, o Plano Diretor de Turismo foi desenvolvido em duas fases. Na primeira fase realizou-se, por exemplo: inventário turístico; observação diagnóstica do turismo; metodologia SWOT para verificação dos pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças dos atrativos turísticos, da infraestrutura turística e de apoio; relatório do desenvolvimento turístico; apresentação da avaliação aos participantes locais da elaboração do plano. E na segunda fase destacam-se a oficina de planejamento de ações do Conselho de Turismo; estruturação do prognóstico através da análise do diagnóstico e de discussões com os participantes locais da elaboração do plano; planejamento dos programas e projetos orientadores do turismo nos próximos três anos (FRANÇA, PICHI e RIBEIRO, 2017).

De modo geral este documento contribuiu para que territorialmente o turismo tenha se projetado no município e dado os seus primeiros passos no curto prazo estabelecido no referido plano.

A partir dessa iniciativa de planejamento turístico sobressaem-se na realidade espacial estudada, as seguintes ações:

- a) Promoção de cursos em parceria com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas);
- b) Realização de seminários, simpósios e alianças com municípios vizinhos para formação de um roteiro turístico regional, explorando-se o potencial de cada município para atrair visitantes turistas;
- c) Incentivo para a criação de roteiros e de pontos de recepção turísticos rurais, estimulando a agricultura familiar para produzir produtos típicos, como doces; compotas; cachaça artesanal; embutidos de suínos; queijos; artesanato, caracterizando a identidade turística dessa produção através da marca “Tradição Caipira”;
- d) Elaboração de um calendário de eventos distribuídos durante o ano com destaque para a Festa dos Santos Reis, Festa do Tropeiro, a Feira do Produtor Rural, a Feira do Empreendedor, a Oktoberfest, o Natal Encantado, o Carnaval de Rua, o encontro de motociclistas e triciclistas, o desafio MTB (*mountain bike*), o Aviva Tarumã etc. (MUNHOZ, 2018).

Percebe-se dessa forma algumas transformações espaciais derivadas da estruturação para o turismo em Tarumã, significando de acordo com Sarti e Queiroz (2012, p. 11) que:

O espaço em processo de turistificação vai se modificando, se rearranjando e se reconstruindo a partir da implantação da atividade. Em outras palavras, o espaço sob a égide do turismo modifica-se, fruto das relações sociais entre população autóctone e visitantes, entre estes e os recursos naturais existentes.

O turismo é uma categoria não autônoma, devendo ser parte integrante das preocupações do setor de planejamento territorial (YÁZIGI, 2011). A ciência geográfica tem contribuído para o aprimoramento do conhecimento acerca do turismo como fenômeno socioespacial e econômico, elucidando contradições da realidade. Dessa forma, os turistas buscam os núcleos receptivos de acordo com seus atrativos. As atrações que têm maior potencialidade são: paraísos tropicais, com muito sol e mar, reservas naturais e espaços rurais (SARTI e QUEIROZ, 2012). Em termos de alta potencialidade turística, o município estudado enquadra-se no último quesito, os espaços rurais, que já vem sendo absorvidos pelo segmento.

Ainda destacando a relação profícua entre Geografia e Turismo, para que haja uma verdadeira compreensão do espaço e de sua transformação pelo turismo é cabível entender ainda as categorias de análise da paisagem, do lugar, do território e da região, sendo fundamental apreender a estreita sobreposição entre o natural e o artificial. Assim, o território turístico socialmente construído tem características específicas, evidenciando

o momento de sua apropriação e particularidades que dizem respeito ao processo de sua implementação (SARTI e QUEIROZ, 2012). Segundo Fernandes (2014, p. 219),

Atualmente, na visão dos planejadores governamentais, o turismo pode ser utilizado como uma atividade revitalizadora para as economias locais e regionais, podendo incentivar o desenvolvimento socioeconômico e a promoção de benefícios locais. Porém, sua finalidade não deve estar apenas restrita à organização do setor para atender às necessidades do mercado, mas também deve estar orientado para a questão social, considerando as relações entre o visitante e a população local, buscando desenvolver sentimentos de confiança e solidariedade, de comprometimento e reciprocidade, de forma a atingir o desenvolvimento da atividade turística com qualidade e responsabilidade.

O turismo – como opção de desenvolvimento de localidades, nações e regiões – já provou a sua potencialidade e a necessidade de cuidados especiais para que efetivamente sejam produzidos resultados. Assim, as localidades devem planejar de maneira adequada a exploração de seus recursos turísticos, pois é no espaço territorial dos municípios e sob sua guarda que se encontra a maioria dos recursos turísticos passíveis de comercialização. O município, em particular, deve saber manter os seus atrativos em condições de exploração sustentável para o turismo, deve cuidar para que eles se mantenham incólumes e, se possível, melhorados, para, assim, as futuras gerações de turistas e seus residentes poderem gozar de seu benefício (DIAS, 2005).

Dias (2013) esclarece que o planejamento e organização de forma eficaz e sustentável são essenciais e constituem um dos maiores desafios dos planejadores, e sua função “somente será alcançada plenamente se houver o envolvimento dos setores privado e público de determinada localidade, tornando a comunidade ativa em seu processo” (DIAS, 2013, p. 54-55).

Sobre o envolvimento da população local e sua relação com os visitantes no recorte geográfico estudado pode-se considerar ao menos manifestada esta orientação que se volta para a concepção do turismo como uma prática econômica e também social (Figura 03).

Fonte: Tarumã, 2021.



Figura 03 – Cartilha sobre turismo em Tarumã
Fonte: Tarumã, 2021.

A elaboração desta cartilha expressa mais um avanço no tocante ao planejamento turístico do município de forma a envolver sua comunidade, se este material for devidamente trabalhado e divulgado atingindo seu público alvo. Chama-se atenção para este aspecto, porque no site em que o material está hospedado, o mesmo encontra-se disponível para download na aba “Turista”, contudo, ao baixar o arquivo, este não está completo, pois há apenas a página apresentada acima na figura 1. Nessa aba “Turista” há outras informações sucintas sobre: pontos turísticos; turismo rural; serviço ao turista; contato turismo. Também se identificou no portal consultado que não existe uma secretaria de Turismo no município, o que é considerado um entrave que incide sobre seu planejamento e organização.

O conteúdo da cartilha, considerando sua apresentação inicial, versa sobre a preparação para a visita dos atrativos turísticos listados no plano diretor de turismo localizados na zona urbana e na zona rural do município, como alguns exemplificados na sequência.

Tarumã possui atrativos culturais como o Espaço Artesanal “Lina Maria Moro” localizada no centro da cidade, onde o trabalho de todos os artesãos locais é vendido, como por exemplo, lembranças da cidade, guardanapos, toalhas, fraldas, objetos variados para enfeite e também doces caseiros (Figura 04).



Figura 04 – Fachada do Espaço Artesanal “Lina Maria Moro”
Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

No mês de janeiro é realizada no “Espaço Teolindo Toni”, no centro da cidade e de fácil acesso a tradicional Festa de Folia de Reis, atraindo muitas pessoas de toda região, sendo uma das manifestações culturais mais importantes do município.

O município busca resgatar a cultura alemã, pois existem na cidade muitas famílias de origem alemã que ajudaram na formação da cidade e muitas ainda residem na mesma.

Tarumã tem um grande potencial para o turismo rural, e deve investir em infraestrutura como melhorias de estradas para os turistas terem fácil acesso aos locais desejados, algumas áreas rurais têm interesse em receber visitação turística, uma delas é a Comitiva Manzoni. A proprietária produz em sua fazenda conserva de “pepininho”, quiabo, pimenta, conta também com compota, embutido, salame, linguiça defumada, cachaça artesanal, pururuca, torresmo, licor. Os produtos são vendidos na fazenda e na feira do município de Assis toda sexta-feira, e em Tarumã nas quintas-feiras. A fabrica o de todos os produtos fica por conta da proprietária Dirce. A propriedade possui um espaço onde poderá ser desenvolvido um almoço rural (FRANÇA; PICHI; RIBEIRO, 2017).

Outra propriedade que possui o interesse turístico é o Sítio São Luiz que possui plantação de repolho, pupunha, mamão, mandioca, cebola, milho, abacaxi, ervilha, e produção de pão caseiro, tapioca. Onde poderá ser desenvolvida uma atividade de “colha e pague” (FRANÇA; PICHI; RIBEIRO, 2017).

O Engenho Fio de Ouro tem como principal atividade desenvolvida a produção de cachaça através da cana de açúcar, o proprietário tem 10 mil litros em estoque que ficam armazenados em barris de carvalho em um sótão, eles possuem aguardente que está há 7 anos envelhecendo para ficarem no ponto para serem consumidas. O proprietário tem interesse em receber turistas, e um diferencial da propriedade é que conta com uma produção e uma fazenda bem organizada (FRANÇA; PICHI; RIBEIRO, 2017).

É necessário incentivar o turismo rural no município para o fortalecimento dos produtores e a aproximação de visitantes para o conhecimento das atividades realizadas no campo, uma vez que já usufruem de uma marca "Tradição Caipira", onde comercializam os produtos primários transformados em compotas e doces. A marca “Tradição Caipira” foi criada em meados dos anos 2000 pelos produtores rurais, para caracterizar a identidade das pessoas que produzem produtos típicos, buscando potencializar a produção artesanal, em sua maioria fruto de pequenas propriedades familiares rurais, que buscam comercializar produtos tradicionais tarumaenses. Seu objetivo é levar sabor e qualidade para as pessoas que adquirem o produto e estimular o desenvolvimento do município de Tarumã, potencializando os pequenos produtores, fomentando a inclusão social e o desenvolvimento sustentável da agricultura familiar. Também tem como objetivo organizar roteiros nas propriedades rurais e indústrias locais para visitação de turistas e at e mesmo das crianças das escolas do município ao campo, para que elas possam conhecer a produ o, observar a área rural e conversar com os produtores (FRANÇA; PICHI; RIBEIRO, 2017).

O município de Tarumã possui muitos atrativos naturais como o Bosque Tarumã “Daniel Baratela” (Figura 05), a Fonte dos Sonhos “Nelson da Costa e Silva”, o Parque “Vicenti Benelli” e a Praça das Palmeiras e Memorial Centenário de Tarumã.



Figura 05 – Bosque Tarumã “Daniel Baratela” localizado na área central da cidade
Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

Todos os atrativos naturais têm a sua própria história, como por exemplo, a Fonte dos Sonhos, quando predominava o cultivo do café e do milho nesta região, muitos trabalhadores passavam por este local para encher suas moringas com água fresca. Por ser uma fonte com água fresca e pura acreditava-se que era a água que trazia alento e esperança para enfrentar o árduo dia de trabalho. Diz a lenda que se você fizer um pedido e logo em seguida beber três goles de água da fonte, um gole de cada bica, da menor para a maior vazão, seus sonhos serão realizados.

Em Tarumã os entraves que dificultam o desenvolvimento do turismo são: falta de capacitação para o turismo; inexistência de recursos financeiros de captação externa para programas de desenvolvimento do turismo; falta de conhecimento relativo ao acolhimento aos visitantes; inexistência de Guias de Turismo (pessoas que conduzam o turista no município); falta de produto turístico a ser divulgado no mercado turístico; falta de conhecimento da própria população sobre o município, suas potencialidades, seus recursos e atrativos (FRANÇA; PICHI; RIBEIRO, 2017). Em vista de tais problemas existentes no município, faz-se necessário investir em políticas públicas voltadas para o turismo, buscando adquirir renda com recursos próprios e até mesmo junto ao o governo estadual.

O turismo também traz um grande impacto socioespacial, pois o grande fluxo de pessoas pode gerar impactos ambientais, transformando ambientes naturais e construídos, impactando a população local e os próprios turistas. No município de Tarumã não se vislumbra a promoção de um turismo de massa e as modalidades turísticas passíveis de desenvolvimento são: o turismo urbano, com cunho histórico-cultural; o turismo rural para os atrativos da zona rural; e o turismo de eventos com a realização das festas. Todavia, estas modalidades turísticas podem movimentar considerável fluxo de visitantes, se desenvolvidas a partir da perspectiva do turismo regional e integrado, como já demonstrado ser de interesse, demandando especial atenção para os seus possíveis impactos locais.

Ainda finalizando com a indicação de mais alguns avanços e entraves, menciona-se que as políticas públicas e órgãos privados, conjuntamente, devem investir no turismo para o desenvolvimento da hotelaria e/ou hospedagens, também faz-se necessário fornecer infraestrutura com qualidade de atração para os turistas e com profissionais capacitados. Para tanto o poder público municipal de Tarumã deve investir na qualificação da mão de obra para todos estarem preparados, como por exemplo, melhorar a Educação Básica, investindo na mesma, e ampliando a Educação de Jovens e Adultos (EJA), além de fornecer cursos em diversas áreas, preocupando-se em aumentar a geração de renda e a cidadania da sua população. Portanto, é através de políticas públicas bem planejadas que o desenvolvimento local ocorrerá, sobretudo, a partir do turismo.

Considerações finais

Atualmente o que distingue um lugar turístico de outros lugares, mesmo aqueles potencialmente turísticos, é a presença do turista e não apenas a presença de infraestrutura tipicamente turística, tais como meios de hospedagem e equipamentos de lazer (CRUZ, 2003). O município de Tarumã vem passando por um processo de preparação para o turismo desde a última década do século passado e busca pela aprovação de Classificação de Município de Interesse Turístico, condição que pode trazer benefícios para alavancar o setor, entretanto, este objetivo ainda não foi atingido.

Dentre as modalidades turísticas que tem grande potencialidade para desenvolvimento em seu território estão o turismo rural e o turismo de eventos, com isso aspira-se ser possível fortalecer sua economia, gerar empregos, com vistas à preservação ambiental e da cultura local.

Entretanto, a literatura turística avalia que as atividades turísticas podem acarretar o desenvolvimento local, mas podem ter aspectos positivos e negativos, dependendo de como as políticas locais associadas ao turismo e aos agentes externos (de outros lugares) organizam suas ações que modificam o espaço, as quais podem alterar o dia a dia dos moradores, valorizando e desvalorizando espaços, não trazendo benefícios à população local e ao seu meio ambiente.

Nesta linha de raciocínio releva-se o planejamento turístico vinculado à atuação engajada de políticas públicas locais que visem atender os interesses da população local e de suas necessidades básicas nos setores de promoção social e no tocante à infraestrutura tanto da zona urbana, como da zona rural. Como diz Yázigi (2009, p. 52) “um turismo maduro não consegue sobreviver sem uma organização qualitativa do espaço. Ele depende de primorosos cuidados com cidades e campos”. Este é um ponto fundamental, pois insere o turismo no domínio do planejamento municipal, de um planejamento integral, visto que seu desenvolvimento está relacionado, e até mesmo é suportado por diversos setores econômicos (YÁZIGI, 2009). No caso exposto neste artigo, balizam-se todos os entraves já mencionados, tanto no que se refere ao desenvolvimento turístico regional, quanto local de Tarumã, mas este é o principal desafio que se coloca para qualquer território que se pretende como lugar turístico.

Finalmente, conclui-se que no recorte espacial estudado significativos avanços foram concretizados no percurso de sua estruturação turística, contudo ainda há entraves a serem desvendados, para alcançar os seus objetivos. Para atingi-los, reitera-se a importância do planejamento turístico, que concilie os setores públicos e privados, e estimule a participação ativa da comunidade em geral, despertando o interesse turístico dos seus futuros visitantes.

Analysis of tourism planning in Tarumã (SP): understanding its advances and obstacles

Abstract: This article analyzes tourism planning in the city of Tarumã (SP) in São Paulo. Since tourism is one of the fastest growing economic sectors in the world, in this geographical area, tourism is claimed as an alternative that can generate income and opportunities for local development. The methodological procedures this time consist of reading and analyzing the theoretical-conceptual bibliography, printed and electronically, which supported the empirical analysis, illuminated through on-site observations, photographic records and documental research. In favor of tourist activity in the city, there is its full potential and its varied attractions to receive tourists, as well as the political will and engagement of part of the population, among other identified advantages. Since tourism is an economic segment and a social practice, it can involve both positive and negative aspects, therefore, this study considers the fundamental role of tourism planning and its different agents involved, as a mitigation of possible obstacles to its structuring and development.

Keywords: Tourism; tourism planning; advances; obstacles; Tarumã.

Análisis de planificación turística en Tarumã (SP): para comprender sus avances y obstáculos

Resumen: Este artículo analiza la planificación turística en la ciudad de Tarumã (SP) en São Paulo. Dado que el turismo es uno de los sectores económicos de más rápido crecimiento en el mundo, en esta zona geográfica, el turismo se reivindica como una alternativa que puede generar ingresos y oportunidades para el desarrollo local. Los procedimientos metodológicos de esta época consisten en la lectura y análisis de la bibliografía teórico-conceptual, impresa y electrónica, que sustentó el análisis de lo empírico, iluminado a través de observaciones in situ, registros fotográficos e investigación documental. A favor de la actividad turística de la ciudad, está todo su potencial y sus variados atractivos para recibir turistas, así como la voluntad política y el compromiso de parte de la población, entre otras ventajas identificadas. Dado que el turismo es un segmento económico y una práctica social, puede involucrar tanto aspectos positivos como negativos, por lo que este estudio considera el papel fundamental de la planificación turística y sus diferentes agentes involucrados, como una mitigación de posibles obstáculos a su estructuración y desarrollo.

Palabras-clave: Turismo; planificación turística; avances; barreras; Tarumã.

Referências

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **São Paulo ganhará 43 Municípios de Interesse Turístico**. 2019. Disponível em: <<https://www.al.sp.gov.br/noticia/?08/02/2019/sao-paulo-ganhara-43-municipios-de-interesse-turistico>> Acesso em: 19 Jul. 2019.

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Municípios de Interesse Turístico (MIT)**. Disponível em: <https://www.turismo.sp.gov.br/publico/noticia.php?codigo=1354> Acesso em: 16 Jul. 2021.

ATLAS BRASIL. **Perfil Tarumã, SP**. Disponível em: <<http://www.atlasbrasil.org.br/perfil/municipio/355395>> Acesso em: 08 Jul. 2021.

BARRETTO, M. **Planejamento responsável do turismo**. Campinas: Papirus, 2005. 111 p.

CIVAP. **Quem somos**. Disponível em: <<https://www.civap.com.br/artigo/quem-somos>> Acesso em: 08 Jul. 2021.

CORIOLOANO, L. N. **Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios**. En publicación: América Latina: cidade, campo e turismo. Amália Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo. Diciembre 2006.

CORIOLOANO, L. N.; SAMPAIO, C. A. C. **Discursos e concepções teóricas do desenvolvimento e perspectivas do turismo como indução**. In: BRASILEIRO, M. D. S.; MEDINA, J. C. C.; CORIOLOANO, L. N. Turismo, Cultura e Desenvolvimento. Campina Grande: EDUEPB, 2012.

CRUZ, R. de C. A. da. **Introdução à Geografia do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2003. 125 p.

DIAS, R. **Fundamentos do marketing turístico**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

DIAS, S. M. K. **Leis de mercado**: indicadores econômicos e previsão para o desenvolvimento turístico. In: RUSCHMANN, Doris van de Meene; TOMELIN, Carlos Alberto. Turismo, ensino e práticas interdisciplinares. Barueri, SP: Manole, 2013. p. 127-144.

FERNANDES, A. **Turismo, território e imagem** – uma perspectiva da evolução do planejamento. In: MARTINEZ, Regina Célia; GARCIA, José Ailton. Direito e turismo. São Paulo: Saraiva, 2014. p. 203-220.

FRANÇA, Gisieli Fernanda Soares; PICHI, Thaís Marques; RIBEIRO, Renata Maria. **Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico – Tarumã/SP**. Unesp, 2017.

GAMT. **Parecer GAMT nº 033/2020**. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/spl/2020/07/Acessorio/1000329066_1000381112_Acessorio.pdf> Acesso em: 16 Jul. 2021.

GOZZI, O.; BARATELA, F. **Lei nº 1.266, de 2017**. Institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Tarumã e dá outras providências. Tarumã, 2017.

IBGE CIDADES. **Tarumã (SP)**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/taruma/panorama>> Acesso em: 07Jul. 2021.

IBGE. **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. 82 p.

IBGE. **O que é o PIB?** Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php>> Acesso em: 07Jul. 2021.

IPETURIS. Vale do Paranapanema desperta para o turismo. **Turismo em Números**, n. 16. 20—.

ITU. **Novo mapa turístico de São Paulo tem 432 municípios**. Disponível em: <<https://www.itu.com.br/turismo/noticia/novo-mapa-turistico-de-sao-paulo-tem-432-municipios-20170915>> Acesso em: 08 Jul. 2021.

MUNHOZ, B. **Projeto de Lei nº 127, de 2018**. Classifica como de Interesse Turístico o Município de Tarumã. Tarumã, 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). **Introdução ao turismo**. Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

PORTAL BRASILEIRO DE DADOS ABERTOS. **Categorização dos municípios turísticos**. Disponível em: <<https://dados.gov.br/dataset/categorizacao>> Acesso em: 08 Jul. 2021.

RUSCHMANN, D. van de M. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 14. ed. Campinas: Papirus, 2008.

SANTOS, J. C. V. Partes geográficas de uma região turística: abordagens preliminares. In: PORTUGUEZ, A. P.; SEABRA, G.; QUEIROZ, O. T. M. M. **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012a. p. 93-103.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: Técnica e Tempo, Razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.

_____. **Espaço e método**. 5. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

SARTI, A. C.; QUEIROZ, O. T. M. M. Espaço, paisagem, lugar, território e região – a organização do espaço turístico. In: BENI, Mario Carlos. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri, SP: Manole, 2012. p. 3-27.

SEADE. **Tarumã** – Perfil dos municípios paulistas. 2021. Disponível em: <<https://perfil.seade.gov.br/?>> Acesso em: 02 Jul. 2021.

SILVA, J. dos S.; SONAGLIO, K. E. Análise das metodologias de planejamento e organização do turismo segundo os principais autores brasileiros. **Revista Iberoamericana de Turismo**, Penedo, v. 3, n. 2, p. 62-83, 2013.

SOUZA, M. L. de. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

TARUMÃ. **Prefeitura Municipal de Tarumã**. Disponível em: <www.taruma.sp.gov.br> Acesso em: 04 Jan. 2019.

TARUMÃ. **Tarumã apresenta projeto na busca do título de Município de Interesse Turístico**. Disponível em: <<https://www.taruma.sp.gov.br/noticias/ler/taruma-apresenta-projeto-na-busca-do-titulo-de-municipio-de-interesse-turistico>> Acesso em: 16 Jul. 2021.

YÁZIGI, E. Peculiaridades metodológicas do turismo. In: _____. **Saudades do futuro: por uma teoria do planejamento territorial do turismo**. São Paulo: Plêiade, 2009. p. 29-63.

YÁZIGI, E. Por um novo horizonte profissional do turismólogo. **Rosa dos Ventos** – Revista do Programa de Pós-Graduação em Turismo. Universidade de Caxias do Sul. jul./dez., v.3, n. 3. p. 424-432, 2011.

Sobre as autoras

Coaracy Eleutério da Luz – Licenciada e Bacharel em Geografia pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Paraná. Doutora em Geografia pela Universidade Estadual de Maringá. da Universidade Estadual do Norte do Paraná, no campus de Cornélio Procópio.

Jucilene Cristina Honório – Licenciada e especialista em Geografia pela Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP). Na graduação participou do Programa de Iniciação à Docência (Pibid).

Recebido para publicação em maio de 2022

Aceito pra publicação em abril de 2023