INSTITUTO FEDERAL
Farroupilha
Campus São Borja

**CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**
**TCC II**

# PERCEPÇÕES SOBRE O PLANEJAMENTO DO TURISMO EM SÃO BORJA -RS

Claudia Luzia Pacheco Gonçalves [1]

Flávia de Araújo Pedron [2]

**RESUMO**: Esse trabalho teve como objetivo verificar como está sendo realizado o planejamento do turismo na cidade de São Borja. Para obter os resultados, realizou-se uma pesquisa qualitativa de natureza descritiva com uma pesquisa bibliográfica dos conceitos que envolvem a atividade turística e utilizou-se como instrumento de coleta de dados uma entrevista semiestruturada com o Secretário de Turismo. O planejamento promove a cultura e envolve o trade turístico, ajudando no crescimento econômico, social, cultural e ambiental, estimulando de forma positiva o desenvolvimento local de acordo com os interesses dos envolvidos. Com a realização desse trabalho, percebeu-se que o planejamento requer apoio, ele é realizado em espaços preexistentes e não se pode planejar sem ter conhecimento pois é necessária uma busca de interesses inserindo a comunidade. Percebeu-se, que algumas ações vem sendo desenvolvidas pela SMCTEL visando o desenvolvimento do turismo, mas são iniciativas isoladas que não proporcionam resultados benéficos a longo prazo para o setor.

**Expressões-chave:** Turismo; Planejamento Turístico; Atividade Turística; Desenvolvimento.

ABSTRACT: his work aimed to verify how tourism planning in the city of São Borja is being performed. To obtain the results, a qualitative research of a descriptive nature was carried out with a bibliographical research of the concepts that involve the tourist activity and a semi-structured interview with the Secretary of Tourism was used as an instrument of data collection. The planning promotes the culture and involves the tourist trade, helping in the economic, social, cultural and environmental growth, stimulating in a positive way the local development according to the interests of those involved. With the realization of this work, it was realized that the planning requires support, it is performed in pre-existing spaces and it cannot be planned without

1 Acadêmica do Curso de Tecnologia em Gestão do turismo do IFFar. E-mail:

2 Docente do Curso de Tecnologia em Gestão do turismo do IFFar. E-mail: flavia.pedron@iffarroupilha.edu.br

having knowledge because it is necessary a search of interests inserting the community. It was realized that some actions have been developed by SMCTEL aiming at the development of tourism, but they are isolated initiatives that do not provide long-term beneficial results for the sector.

Key words: Tourism; Tourism Planning; Tourist activity; Development.

## 1. INTRODUÇÃO

Desde sua origem, o homem deslocou-se por diversas razões: caçar, religião, comércio, guerras, lazer, etc. Os romanos, por exemplo, viajavam para seus vilarejos de veraneio para descansar e escapar do barulho da cidade. Na época do iluminismo, as pessoas com maior poder aquisitivo realizavam viagens por motivos culturais conhecidas com o nome de Gran *tour*. Contudo, as características do turismo foram mudando, pois na segunda metade do século XX, com a evolução dos meios de transportes e expansão de hotéis, o turismo passa a ser realizado por um número maior de pessoas (CASTELLI, 1975).

Se formos pensar em termos de deslocamentos, o turismo faz parte da história do homem, pois muitos povos viajavam pelos mais diversos motivos. Porém, pode-se dizer que a mesma é recente em termos mercadológicos, quando passou a ser considerada digna de maiores investimentos empresariais ou de estudos acadêmicos mais profundos, já que o impacto que produz sobre as economias, os ambientes e a sociedade é bastante significativo (COOPER, 2007).

Sua importância e popularidade levou a temática do turismo a ser reconhecida perante os governos, que tem estimulado o seu estudo, sendo que a atividade vem dando sinais de maturidade com o crescimento da comunidade científica a ela dedicada (COOPER, 2007).

Um dos elementos básicos para se abordar o turismo é o seu planejamento. Sua importância se dá pela complexidade do setor nos dias atuais, pois quando há o desejo de um turismo organizado, tem-se que pensar tanto na oferta (meios de transporte, acessos, meios de hospedagem, restaurantes, atrativos, informações, hospitalidade) quanto da demanda (turistas).

Em nível nacional, tem-se o Ministério do Turismo como órgão do governo federal que trata do desenvolvimento da atividade turística no país. A nível estadual, tem-se as Secretarias Estaduais de turismo e a nível municipal existem as Secretarias Municipais de Turismo. Todos esses, atuam no planejamento do setor, as secretarias mais especificamente na elaboração e execução do planejamento turístico de sua abrangência e o ministério com os incentivos, divulgação e apoio à atividade.

Em São Borja, o órgão responsável pelo desenvolvimento do turismo é a Secretaria Municipal de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer (SMCTEL). Compete a ela elaborar o desenvolvimento turístico e cultural, proteger o patrimônio turístico, artístico, cultural e histórico do município, elaborar e executar o calendário anual dos eventos e fomentar e incentivar as modalidades esportivas praticadas pela população (Prefeitura de São Borja, 2020)

Levando em consideração as potencialidades existentes no município de São Borja: Terra dos Presidentes, Capital gaúcha do fandango, Primeiro dos Sete Povos das Missões, noiva do Rio Uruguai, um legado como terra da produção, dentre outras que demonstram a riqueza histórica, cultural e natural que a cidade possui, surgiu o interesse de pesquisa em relação ao planejamento e desenvolvimento do turismo no município, pois, com tantos atrativos de relevante valor histórico-cultural para se tornar uma cidade turística, porque isso não acontece em São Borja?

Dessa forma, o objetivo geral da pesquisa teve como enfoque verificar como está sendo realizado o planejamento do turismo na cidade de São Borja pelo setor público. Como objetivos específicos, buscou-se investigar qual a importância que o turismo tem na visão da gestão atual, se existem projetos em andamento na área e de que forma o município está inserido em programas e ações de desenvolvimento do turismo.

## 2. TURISMO E SEUS CONCEITOS

O turismo é uma temática que inclui diversos setores econômicos e disciplinas acadêmicas, o que faz com que aqueles que o estudam questionem se, de fato, o campo seria diferenciado ou impactante a ponto de merecer ser tratado separadamente, como um tema ou um setor econômico. Segundo Gilbert (1990) apud Cooper (2007, p.56), “o que dificultaria a definição do turismo seria a natureza excessivamente ampla do conceito, e também a diversidade de insumos e serviços que envolve”.

O turismo faz parte do setor de serviços, sendo importante destacar que ele

> (...) é intangível e complementar. Isso significa dizer que não é possível tocar ou levar para casa o serviço prestado ao turista no hotel ou restaurante, e que os serviços no hotel e no restaurante são de um produto maior que é a viagem, além das experiências do turista, que são compostas por um complexo ordenamento de produtos e serviços que complementam um ao outro (LOHMANN & NETTO, 2008, p.389).

Segundo a OMT (2001, p. 38), “o turismo engloba as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente usual não mais que um ano consecutivo por prazer, negócios ou outros fins”. A partir deste conceito, pode-se perceber que,

> turismo é uma combinação de atividades, serviços e indústrias que se relacionam com a realização de uma viagem: transporte, alojamento, serviço de alimentação, lojas, espetáculos, instalações para atividades diversas e outros serviços receptivos disponíveis para indivíduos ou grupos que viajam para fora de casa (IGNARRA, 2003, p.11).

O cenário propício aos movimentos turísticos ocorrido em meados do século XIX foram, sem dúvida, as mudanças socioculturais produzidas pela passagem do capitalismo comercial ou mercantil ao capitalismo industrial. Dessa forma, “dispor de tempo para atividades prazerosas transformou-se em necessidade para recompor as forças despendidas no trabalho” (SENAC, 1998, p.11). A organização ainda reforça a importância do lazer, no qual as pessoas empregam seu tempo livre em atividades que os possam fazer viver melhor.

Assim, o homem sempre se deslocou pelos mais diversos motivos, desenvolvendo o espírito de hospitalidade, do conhecimento mútuo, do diálogo e do respeito pelos valores existentes em outras civilizações, o turismo ajuda a promover o ser humano, diminuindo as distâncias entre as classes sociais por ser um elemento produtor, propulsor e distribuidor de riquezas (SENAC, 1998).

Segundo Cooper (2007, p. 40), “o turismo é uma atividade multidimensional, multifacetada, que influencia muitas vidas e muitas atividades econômicas diferentes”.

Por isso, o setor turístico tem se destacado como uma saída bem-sucedida para o crescimento da economia e para a promoção, valorização e preservação cultural social e ambiental. Nele ocorrem fenômenos de consumo, originam-se rendas criam-se mercados nos quais a oferta e a procura se encontram (FAMURS, 2007).

Nesse sentido, o segmento turístico é um caminho próspero que fomenta setores importantes, gerando empregos e criando oportunidades de negócios, agregando valores e enriquecendo microeconomias, legitimando culturas e viabilizando sua manutenção através dos empreendimentos ofertados.

Ainda cabe ressaltar que a atividade turística se expande agregando-se às outras práticas econômicas, otimizando mercados, refletindo positivamente no desenvolvimento social e melhorando o bem-estar dos indivíduos envolvidos (FAMURS, 2007).

Segundo Cooper (2007, p.40) as definições de turismo têm sido criadas para satisfazer necessidades e situações específicas, porém, é vital procurar conceituar turismo, não apenas para “conferir em senso de credibilidade e de propriedade aqueles que nele estão envolvidos, mas também em função de considerações práticas, tanto para fins de medição quanto de legislação”.

Com a ampliação do tempo ocioso, decorrente da tecnologia empregada, mais produção com menos trabalho e menor número de horas dedicadas ao trabalho, os habitantes dessas nações passaram a dispor de mais tempo livre. Isso acarretou que o volume de pessoas que viajam a turismo aumentou consideravelmente (OLIVEIRA, 2001).

As pessoas que viajam a turismo são chamadas de turistas, Oliveira (2001) ilustra bem o termo:

> Turistas são pessoas que estão de férias, que dispõe de dias livres e procuram o que fazer para ocupá-los. Decidem para onde vão viajar de acordo com as melhores propostas de ocupação do tempo livre, procurando informações nos jornais, nos folhetos, nas agências de viagens ou consultando amigo. Os locais apresentam as melhores condições para mantê-los ocupados vão, facilmente, atraí-los e vencer os concorrentes (OLIVEIRA, 2001, p.164).

Dessa forma, "conhecer as razões que levam o turista para uma região, seus hábitos, costumes e o que eles esperam encontrar no local visitado é importante para o turismo receptivo" (OLIVEIRA, p. 42, 2001), por isso, ter conhecimento prévio sobre o interesse do visitante viabilizará informações para um plano de empreendimentos turísticos e de marketing de acordo com o desejo dos visitantes.

## 2.1 DEMANDA E SEGMENTAÇÃO DO TURISMO

O conceito de demanda está intimamente relacionado ao processo de tomada de decisões que as pessoas realizam constantemente no processo de planejamento de suas atividades de lazer e, portanto, sua escolha depende de numerosos fatores, não só econômico, como também psicológico, sociológicos, físicos e éticos (OMT, 2001).

A demanda turística, de acordo com Lohmann & Netto,

> (…) é o total de pessoas participando de atividades turísticas, quantificado com o número de chegadas e saídas de turistas, valor em dinheiro gasto ou dados estáticos. Fatores a influenciar a demanda turística incluem seu poder econômico, sua disponibilidade de férias e outros fatores motivadores (2008, p. 237).

O mesmos autores descrevem sobre os motivadores da demanda, deixando claro que,

> (…) os principais fatores a influírem nas motivações de uma pessoa são a sua personalidade, seu estilo de vida, suas experiências anteriores como turista, sua história pessoal, sua imagem. Além disso, é importante frisar que, mesmo mantidos estes mesmos fatores, é possível que uma pessoa tenha suas motivações alteradas ao longo do tempo, principalmente em função de uma mudança nas suas circunstâncias pessoais, como um casamento, nascimento de um filho, seu estado de saúde ou variação de sua renda. (LOHMANN & NETTO, 2008, p.243).

Dessa forma, percebe-se que na prática os turistas constituem grupos heterogêneos, que reúnem diferentes personalidades e perfis demográficos, em experiências diversificadas. É o que dá origem a segmentação do turismo (OMT, 2001).

A segmentação pode ser compreendida como um meio de organizar o turismo visando o seu planejamento, gestão e mercado (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010). O Ministério do Turismo (2010, p.61) complementa que “os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda”.

> (…) entre os fatores que geram o deslocamento turístico, destacam-se: as motivações ou objetivos da viagem (recreativo ou de lazer, cultural, de saúde, religioso, esportivo, de eventos), a procedência dos viajantes (turismo nacional ou internacional), o volume da demanda (turismo de massa, turismo de minorias), as formas de organização das programações turísticas (individual, organização, social), a faixa etária dos viajantes (infanto-juvenil, adulto, para terceira idade ou misto) (SENAC, 1998, p.53).

Dentre diferentes tipologias de viajantes que foram desenvolvidas, segue abaixo a classificação de Lohmann & Netto (2008) que o define em quatro tipos:

> Turista de massa organizado - viaja em grupo com outros turistas, não necessariamente conhecidos entre si, seguindo um itinerário preestabelecido e pouco flexível. Turista de massa individual- viaja por conta própria ou com um grupo de turista que já se conhecem antes da viagem, com um pacote turístico que compõe alguns produtos pré selecionados. Turista explorador- viaja por conta própria, procurando explorar novos destinos turístico, evitando, com isso, aqueles destinos mais desenvolvidos do ponto de vista turístico. Turista errante- é aquele que quer se passar, ainda que temporariamente, como pertencente a comunidade local, tende a passar os dias com os habitantes locais,

> imergindo-se totalmente em sua cultura e seus hábitos (LOHMANN & NETTO, 2008, p.265-266).

Diferença entre turista e excursionista é outra classificação como as que servem de base para as estatísticas elaboradas na Espanha pela secretaria de comércio, turismo de pequena e média empresa distingue entre o turista, que é o passageiro que permanece uma noite pelo menos em um meio de alojamento coletivo e privado do país visitado e o excursionista, que é o viajante que não pernoita num meio de alojamento coletivo e privado do país visitado (OMT, 2001).

## 2.2 PLANEJAMENTO DO TURISMO

Quando a localidade inicia um processo de organização para se tornar uma destinação turística, é importante que haja uma sensibilização, inserindo a comunidade nas discussões desta atividade, mostrando que se trata de uma viagem sem volta, isto é,

> uma vez dada a partida, as ações não podem mais parar sob pena de promover prejuízos incalculáveis aqueles que acreditaram e investiram. O primeiro passo é definir as regras do jogo por meio de uma legislação que dê as bases de todos os investimentos. O turismo é uma atividade altamente dinâmica, requer atualização constante e por isso o planejamento é imprescindível (OLIVEIRA, 2001, p.166).

Barretto complementa a ideia acima, mostrando que o planejador necessita ter o conhecimento técnico e também ser flexível já que, após o planejamento inicial, seu desenvolvimento pode despertar para caminhos distintos do projetado inicialmente.

> O planejamento é uma atividade, não é algo estático, é um devir, um acontecer de muitos fatores concomitantes, que tem que ser coordenados para se alcançar um objetivo que está em outro tempo. Sendo um processo dinâmico, é lícita a permanente revisão, a correção de rumo pois exige um repensar constante, mesmo após a concretização dos objetivos (BARRETTO, 1991, p.12).

Quando trabalhamos em planejamento de turismo especialmente, precisa-se ter um cuidado maior, pois não estamos focados somente na parte econômica da atividade, mas também voltado a questão social, já que o turismo envolve pessoas se deslocando e comunidade recebendo pessoas. Assim, Barretto (1991, p.13) menciona que “um bom planejamento de turismo requer uma profunda pesquisa social, em que toda e qualquer tentativa de neutralidade seria um desrespeito para com os sujeitos que necessariamente fazem parte do processo”.

Por ser uma atividade multidisciplinar, o turismo não pode ser planejado de qualquer jeito, pois ele envolve a economia, a sociedade, a cultura, o meio ambiente e por ter essa característica, seu planejamento deve ser realizado tendo como base um estudo que forneça um conhecimento amplo sobre a realidade do local (BARRETTO, 1991).

Em relação a localidade onde o turismo é planejado, deve-se sempre levar em conta o complexo regional, nacional e até internacional. São as leis, os incentivos, os planos de desenvolvimento existente no país. O conhecimento desses fatores pode levar o planejador local a melhor orientar seu trabalho. A atividade de turismo não pode atuar isoladamente (OLIVEIRA, 2001).

O destino turístico simboliza em seu propósito final uma face oscilante desse segmento de mercado, a região que receberá o maior contingente de pessoas é a parcela que mais necessita de uma boa logística e planejamento, é essa faixa aprazível de território que sobressai a outros locais por conservar atrativos culturais, históricos e naturais que fogem ao cotidiano de outras regiões (COOPER, 2007).

Podemos entender o turismo como uma série de elementos que, associados, possibilitam vivências singulares devido ao fato de reunir, num único intento, pessoas, ocupações, instituições e regiões para promover experiências únicas (COOPER, 2007).

O planejamento bem elaborado contribui para minimizar impactos e tornar a atividade turística mais rentável possível, assim permite que as ações sejam feitas de forma mais eficiente utilizando melhor os recursos disponíveis aumentando as chances de êxitos nas atuações. Esse plano de atuação visa conservar as

características locais incorporando diversas referências regionais de modo que não afete os habitantes e traga à região retornos positivos elevando a qualidade de vida beneficiando investidores e moradores (OMT, 2001).

O turismo é um segmento muito dinâmico, e para atender uma demanda de mercado que oscila conforme o tempo, é importante que haja um estudo bem elaborado que permita aos investidores terem uma visão mais ampla das atividades e seu impacto a longo prazo. Nesse sentido, uma pesquisa bem embasada é de suma importância para que as atividades não caiam em declínio impactando em uma série de parcelas sociais que estão diretamente ligadas às atividades turísticas, bem como alterações no cenário ambiental da região (CASTELLI, 1975).

## 2.3. ROTEIRO TURÍSTICO COMO FERRAMENTA DE PLANEJAMENTO

Os roteiros são ferramentas importantes para a organização e planejamento de uma viagem, são eles que permitem ao usuário ter uma noção das atividades e como será dada a sua execução. Seu formato pode variar de atividade para atividade, mas estão presentes em todas as operações relacionadas ao turismo, sejam elas em grandes centros ou em zonas rurais (TAVARES, 2002).

Assim, podemos compreender roteiros como:

> O verbete roteiro, de forma geral, é citado como; "descrição pormenorizada de uma viagem; itinerário; indicação metódica e minuciosa da situação e direção do caminho, etc. duma povoação; guia (TAVARES, 2002, p. 9) .

É importante compreender que os roteiros não estão limitados apenas a apresentar o repertório do local, mas serve também como um importante instrumento que permite ao usuário ter uma noção mais ampla do contexto sociocultural do local a ser visitado. Porém, apesar de expressar uma boa perspectiva o roteiro não se mantém fiel a realidade local e vale ressaltar que seu conteúdo não expressa a prática em sua totalidade. Há várias formas de confeccionar um roteiro, o mesmo pode ser elaborado por órgãos públicos, pela iniciativa privada ou, até mesmo, pelos próprios usuários. Quando intermediados por agências, podem ser assistidos por um guia turístico (TAVARES, 2002).

Apesar de não representarem com exatidão a composição do local, os roteiros turísticos são elementos fundamentais para o avanço do turismo, pois são recursos que permitem a ampla divulgação por sintetizarem as informações mais pertinentes aos locais, otimizando os atrativos existentes tornando-os ainda mais cativantes e estimulando a visitação (TAVARES, 2002).

Nessa perspectiva, o atrativo local é a peça fundamental para que a atividade turística exista. Assim temos a seguinte definição:

> Atrativo, por definição, é tudo o que exerce poder de atração, estimulo e incentivo. Para a análise de atrativos no caso de turismo, essa definição e bastante simplista e obvia. Para muitos estudiosos da área a importância dos atrativos é tanta que, sem eles, o turismo perderia a razão de existir (TAVARES, p.16, 2002).

Tavares segue o pensamento sobre atrativos turisticos e complementa seu entendimento complementando:

> Os atrativos turísticos podem ser classificados por sua categoria (como sitios naturais, museus, manifestações culturais, folclore, realizações técnicas, científicas e artísticas contemporâneas e acontecimentos programados); por sua motivação cultural, lazer, histórico, religioso etc.) (TAVARES, p.19, 2002).

Reconhecer esses atrativos é fundamental para que o mesmo se estabeleça no cenário turístico, seu reconhecimento não advém apenas dos atributos específicos do atrativo ou do local onde está estabelecido, mas do quanto é investido de autenticação tornando-o mais interessante para os diversos públicos. Por esse ângulo, percebemos que é necessário que o atrativo esteja envolto de um contexto para que o mesmo se destaque e assim se torne um elemento que poderá ser explorado turisticamente (TAVARES, 2002).

A sociedade é heterogênea e nesse aspecto os interesses e o que torna um atrativo mais interessante, ou não, são as mais diversas predileções, assim um roteiro bem arquitetado aprimora mais o atrativo deixando-o mais evidente e aumentando as chances de se tornar a escolha para uma visitação. Para otimizar

essa busca e facilitar a escolha, muitas cidades subdividem seus atrativos por áreas, assim permite ao usuário entender melhor a dinâmica local, permitindo que o mesmo consiga traçar uma orientação que se adéque à sua realidade, assim atinge o maior número de publico possibilitando que os mais diversos grupos despertem o interesse à visitação (TAVARES, 2002).

É pertinente ressaltar que o turista, quando está fora da sua rotina, em outra localidade, não tem a mesma noção de espaço que um morador local, logo é muito importante que o turista possa ter contato com informações que lhe permitam transitar pelos locais com facilidade e entenda a história local, as tradições estabelecidas, a dinâmica cultural, isso possibilita que o mesmo não só aproveite melhor a estadia, mas, também, perpetue as referências adquiridas, servindo de multiplicador para que outros se interessem pelo local (TAVARES, 2002).

Assim, percebe-se que os roteiros possuem uma função importante na dinâmica turística, e as particularidades de cada indivíduo servem como motivadores para que a criação de um roteiro seja adequado aos mais diversos públicos e atributos, fazendo com que essa ferramenta potencialize ainda mais esse mercado que é tão diverso e promissor, permitindo que seu crescimento influencie positivamente na sociedade e contribua para o seu desenvolvimento.

## 3. METOLOGIA DA PESQUISA

A metodologia deste estudo consistiu em uma pesquisa qualitativa de forma a articular o arcabouço teórico do trabalho com o que foi verificado em sua real execução. Realizou-se a pesquisa descritiva de forma a disponibilizar os dados coletados na entrevista em formato de texto, ou seja, descrevendo informações referentes ao planejamento do turismo no município de São Borja.

A pesquisa foi dividida em duas etapas, a pesquisa de gabinete, que consistiu no recolhimento de material bibliográfico que permitiu construir um entendimento acerca do tema abordado através de materiais e autores de influência na construção de pensamentos voltados aos estudos sobre turismo. A segunda etapa abarca a

pesquisa de campo, onde foi aplicado uma entrevista – anexo 1 - com o Secretário de cultura, turismo, esporte e lazer do município de São Borja abordando questões referentes ao planejamento do turismo na cidade.

## 4. RESULTADOS DA PESQUISA

A pesquisa de campo contribuiu para elucidar como a aplicação dos dispositivos pertinentes ao turismo do município deve possuir ferramentas bem estruturadas para que as atividades que envolvem esse setor sejam melhores aproveitadas e, juntamente ao poder público, promover um melhor desempenho na região. Foi observado que, apesar de algumas carências nesse setor, podemos perceber que ele tem um papel promissor dentro da região se investido dos aparatos necessários para melhorar sua infraestrutura e funcionamento.

De acordo com a entrevista realizada, verificou-se que o poder público ainda não vê o turismo como uma alternativa na busca pelo desenvolvimento. Segundo o entrevistado, ainda faltam aprimoramentos na atividade turística regional, principalmente em relação à ampliação de perspectivas, potencialidades e otimização da estrutura já existente. Ainda, o mesmo complementa que o turismo possui um papel coadjuvante no desenvolvimento socioeconômico do município de São Borja/RS.

Como já mencionado anteriormente, o município possui relevantes pontos turísticos que, ao serem bem explorados, podem trazer retornos proveitosos e influenciar positivamente no desenvolvimento da cidade. Uma ilustração interessante que pontua bem os atrativos disponíveis no município e mostra como São Borja pode ser melhor trabalhada no segmento turístico está demonstrado na imagem (figura 1) a seguir:

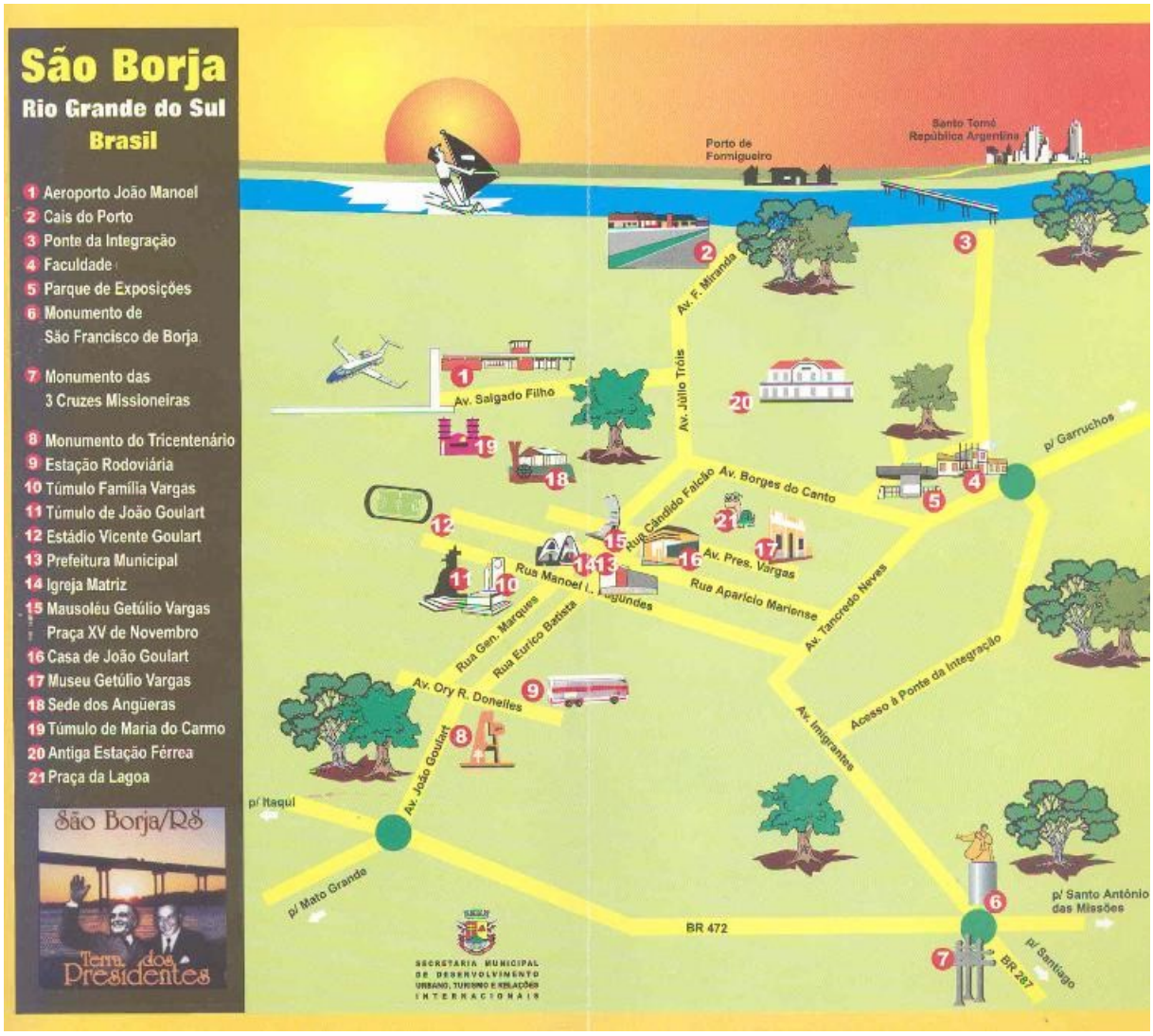


*Figura 1: FONTE: Prefeitura de São Borja*

Em relação aos questionamentos sobre a estrutura da cidade para receber visitantes, obteve-se a resposta de que a estrutura local, bem como a mão de obra especializada são deficientes. Neste caso, o entrevistado destacou a necessidade de melhorias relacionadas à capacitação profissional das pessoas envolvidas na logística para o recebimento de turistas.

Acredita-se que o entrevistado estava se referindo aos profissionais guias de turismo, pois há uma carência desses profissionais no município. Já profissionais de nível superior, o mercado possui muitos formados advindos do Curso de Tecnologia em Turismo no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – IFFar, em São Borja.

Já em relação aos atrativos, foi destacado a necessidade do aprimoramento do turismo histórico-cultural existente no município, no que se refere às Missões, ex-Presidentes e ao tradicionalismo. Também, na fala do entrevistado:

> Pensamos em atrações alternativas como turismo rural e ampliação desse caráter histórico-cultural com o aprofundamento das pesquisas, em parceria com as instituições de ensino do município, da formação étnica de São Borja/RS, patrimônio arquitetônico, bem como a respeito da passagem e residência do polímata francês Aimé Bonpland, um dos mais importantes naturalistas do século XIX, em São Borja/RS (entrevista via correio eletrônico, 2020).

Sabe-se que é de grande valia as parcerias do poder público com as instituições de ensino. Porém, as parcerias têm que serem bem delineadas para que os projetos em conjunto tenham continuidade e vislumbrem a longo prazo, desdobramentos em prol do desenvolvimento do setor.

Em relação as ações que foram realizadas nos últimos anos em prol do turismo na cidade, foi citado a criação do Rota Missões e do Caminho das Missões, porém, sabe-se que essas iniciativas foram realizadas há mais de 10 anos. Também, mencionou-se a denominação, em 2018, de São Borja como a “Capital Gaúcha do Fandango”, melhorando dessa forma a promoção do turismo no município. Esse título vem trazendo possibilidades de ser a atração principal dos eventos na cidade, já que o mesmo já atraí muitos turistas no período da Semana Farroupilha.

Todavia, o entrevistado mencionou que o plano principal para o planejamento do turismo é a ampliação das potencialidades turísticas na região, promovendo a diversificação e primando para a realização de pesquisas que sirvam de base para o planejamento estratégico a médio e longo prazo, além disso um incentivo ao aproveitamento da mão de obra já existente no município também é um passo interessante que estimularia ainda mais a qualificação já que o município possui um Instituto Federal que promove a formação de profissionais voltados ao turismo e demais cursos complementares a esse segmento dando ao município a vantagem de ter mão de obra qualificada com a formação em seu próprio território.

Acredita-se que o município tenha muitas potencialidades para o turismo, mas falta ações sobre como trabalhar todas elas. A realização de pesquisas é parte imprescindível para se elaborar ações mais coerentes visando prazos maiores de realização, porém, as pesquisas de caráter exploratório, com elaboração de diagnósticos se dá na fase inicial do processo de planejamento, o que nos leva a entender que estamos nessa etapa.

Na entrevista, percebeu-se que o planejamento turístico local é realizado em conjunto com todos os atores envolvidos. São deliberadas diretrizes de atuação focadas no âmbito de cada segmento compreendido, como: sociais, empresariais e governamentais.

Destaca-se que o entrevistado foi receptivo a realização dessa pesquisa e que possui motivação quando fala do turismo e suas potencialidades no município, o mesmo ressaltou a importância do município se integrar com a região para desenvolver a atividade em conjunto.

Percebe-se que o turismo se impõe como uma atividade que merece atenção quando importantes paradigmas relacionados à viagens são quebrados, evidenciando uma gama de atividades que, juntas, impactam na economia e na dinâmica social. Dessa forma, o turismo se remodela e é percebido como um setor que requer mais que um simples cuidado, mas um aparato complexo que permite aos gestores entenderem seu contexto social para que as atividades relacionadas ao turismo se tornem prósperas e bem-sucedida. Conseguimos ilustrar esse pensamento e destacar sua relevância através da fala do secretário de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer:

> (…) temos a plena consciência de suas potencialidades para tornar-se um importante meio de prosperidade regional. (…) O poder público municipal, com todas as pastas envolvidas, em parcerias público-privadas e para além de qualquer reducionismo político-partidário, pretende diminuir as deficiências existentes promovendo um amplo debate com a sociedade são-borjense, intensificando a união entre todos os segmentos necessários e destacando a importância do setor turístico ao pleno desenvolvimento socioeconômico regional. (entrevista via correio eletrônico, 2020)

Assim, a atividade turística embarca num novo patamar, onde passa a ser assimilada de outra forma, agora numa perspectiva mais ampla, é marcada por ações e estratégias bem definidas pensado num contexto mais vasto que engloba

aspectos sociais, econômicos e ambientais. Esse novo paradigma transforma o setor que atinge um status importante dentro do mercado e influência positivamente no desenvolvimento social, como percebemos na fala do Sr. Ibaro Rodrigues:

> A administração municipal está em constante diálogo com os municípios vizinhos, enriquecendo-se com essas relações, principalmente os da Região das Missões, focando no aspecto histórico desses locais, que possuem projetos semelhantes, desenvolvidos através de metodologias que valorizam largamente as características regionais de cada município, sobretudo históricas, culturais e geográficas, o que estamos tentando implantar em São Borja/RS. (…) Como dito anteriormente, uma importante medida foi a criação Rota Missões e o Caminho das Missões. Ainda, no ano de 2018, com a instituição de São Borja/RS como a "Capital Gaúcha do Fandango", foi possível o melhoramento na promoção do município. Porém, o plano principal é a ampliação das potencialidades turísticas da região, promovendo a diversificação, focando em pesquisas que sirvam de base ao planejamento estratégico a médio e longo prazo. (Entrevista via correio eletrônico, 2020)

Com esse novo padrão mercadológico o turismo trouxe em seu arrimo vários elementos que são fundamentais para a sua expansão, assim percebemos que o sucesso das atividades turísticas estão intimamente ligadas a um bom planejamento e o conhecimento do local a ser explorado, pois proporciona um maior crescimento econômico e, consequentemente, uma melhora na qualidade de vida dos moradores locais.

Desse modo, constatamos que o turismo se coloca como um ramo econômico muito importante dentro do cenário social e, quando bem arquitetado, alavanca as estruturas econômicas de regiões gerando rendimentos e beneficiando múltiplos setores agregando valor e prestígio às atividades investidas mostrando-se um segmento que deve estar em constante aperfeiçoamento para que cada vez mais parcelas sociais possam desenvolver-se e ser favorecidas com as inúmeras vantagens desse setor.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho procurou enfatizar a importância do planejamento no setor turístico, descortinando seus aspectos e influência no desenvolvimento social, econômico, cultual e ambiental. É importante frisar que o assunto não foi esgotado e

que a reflexão acerca do tema deve estar em constante apreciação pois assim como a nossa sociedade é dinâmica e em frequentes transformações, o amadurecimento do setor turístico acompanha as demandas sociais quebrando antigos paradigmas e se renovando a cada momento.

Em relação ao planejamento do turismo no município de São Borja, percebeu-se que as ações realizadas pelo poder público são iniciativas isoladas que não geram resultados benéficos a longo prazo. Um plano de turismo melhor arquitetado, com projetos integrados gerariam melhores resultados para a localidade. Porém, a sensibilização da comunidade como um todo é imprescindível, pois o turismo necessita que poder público, empresas privadas e comunidade se unam para realizar tal feito. Sabe-se que o processo é dificultoso e demorado, mas seus benefícios quando bem planejado, valem a pena todo o esforço necessário.

Foi proveitoso e enriquecedor trazer esse assunto para a reflexão e perceber que o setor turístico carrega uma vasta gama de opções a serem exploradas e suas aplicações se apresentam das mais variadas formas e abordagens. Quando são bem estruturadas e organizadas se tornam uma poderosa ferramenta para o desenvolvimento e um importante dispositivo que garante a manutenção de costumes e hábitos característicos cultivando e incentivando nossa sociedade a valorizar seu território.

## ANEXO 1

1- Na sua opinião a atividade turística realizada atualmente no município representa ou não uma alternativa na busca pelo desenvolvimento? Por quê?

Não. Porque ainda faltam aprimoramentos na atividade turística regional, principalmente em relação à ampliação de perspectivas e potencialidades e otimização da estrutura já existente.

2 - Como ocorre o planejamento turístico local? Quais são os aspectos que são levados em conta para sua elaboração?

O planejamento turístico local é realizado em conjunto com todos os atores envolvidos. São deliberadas diretrizes de atuação focadas no âmbito de cada segmento compreendido, como: sociais, empresariais e governamentais.

3 - Qual é o papel que o turismo tem para o desenvolvimento do município?

Atualmente o turismo possui um papel coadjuvante no desenvolvimento socioeconômico do município de São Borja/RS. Entretanto, temos a plena consciência de suas potencialidades para tornar-se um importante meio de prosperidade regional.

4 - O que a gestão municipal considera como atrativos turísticos locais?

Além do aprimoramento do turismo histórico-cultural existente no município, no que se refere às Missões, ex-Presidentes e ao tradicionalismo, pensamos em atrações alternativas como turismo rural e ampliação desse caráter histórico-cultural com o aprofundamento das pesquisas, em parceria com as instituições de ensino do município, da formação étnica de São Borja/RS, patrimônio arquitetônico, bem como a respeito da passagem e residência do polímata francês Aimé Bonpland, um dos mais importantes naturalistas do século XIX, em São Borja/RS.

5 - Como está hoje a estrutura do município para receber os turistas nesses atrativos?

A estrutura atual para recebimento de turistas e pesquisadores ainda é deficiente.

6 - Existem empresas e mão-de-obra suficiente qualificada que atuem na área do turismo?

Não.

7 - Que melhorias vocês julgam que devem ser feitas no município para receber bem os turistas?

São melhorias relacionadas principalmente à capacitação profissional de todos os envolvidos e ao âmbito logístico para recebimento de turistas.

8 - De que forma a secretaria de turismo,cultura, esporte e lazer está dividida para dar conta de todas essas áreas?

O poder público municipal, com todas as pastas envolvidas, em parcerias público-privadas e para além de qualquer reducionismo político-partidário, pretende diminuir as deficiências existentes promovendo um amplo debate com a sociedade são-borjense, intensificando a união entre todos os segmentos necessários e destacando a importância do setor turístico ao pleno desenvolvimento socioeconômico regional.

9 - De que forma o município está procurando se inserir em planos e programas de turismo?

Nos últimos anos, foram intensificados os debates entre os municípios da Missões e o Ministério do Turismo, gerando a criação de ações como a Rota Missões e o Caminho das Missões.

10 - Há conhecimento da gestão municipal sobre planos e/ou programas turísticos desenvolvidos por municípios vizinhos, com características semelhantes às de São Borja? Como são desenvolvidos?

A administração municipal está em constante diálogo com os municípios vizinhos, enriquecendo-se com essas relações, principalmente os da Região das Missões, focando no aspecto histórico desses locais, que possuem projetos semelhantes, desenvolvidos através de metodologias que valorizam largamente as características regionais de cada município, sobretudo históricas, culturais e geográficas, o que estamos tentando implantar em São Borja/RS.

11 - Quais ações você destacaria que foram realizadas nos últimos anos em prol do turismo na cidade?

Como dito anteriormente, uma importante medida foi a criação Rota Missões e o Caminho das Missões. Ainda, no ano de 2018, com a instituição de São Borja/RS como a "Capital Gaúcha do Fandango", foi possível o melhoramento na promoção do município. Porém, o plano principal é a ampliação das potencialidades turísticas da região, promovendo a diversificação, focando em pesquisas que sirvam de base ao planejamento estratégico a médio e longo prazo.

12 - Qual seria a principal dificuldade a ser superada para que o desenvolvimento do turismo seja possível?

A principal dificuldade em nosso município é a desunião entre os atores envolvidos, não apenas em relação ao turismo, mas pensamos que a informação e a educação são formas de estimular o vasto desenvolvimento humano, permitindo uma profunda reflexão da função de cada um e de como todas as condutas estão interligadas à evolução de uma sociedade.

## REFERÊNCIAS

BARRETTO, M. **Planejamento e Organização em Turismo**. Campinas, SP: 1996.

Papirus, 1991. CASTELLI, G. **Turismo**: análise e organização. Porto Alegre: Sulina,

1975.

COOPER, C. **Turismo**: princípios e práticas. Porto Alegre: Bookman, 2007.

FAMURS. **Educação e Turismo**. Cartilha de orientação técnica às administrações

municipais. Porto Alegre: FAMURS, 2017.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo. São Paulo**: Pioneira Thomson

Learning, 2003.

LOHMANN, G.; NETTO, A. P. **Teoria do turismo**: conceitos, modelos e sistemas.

São Paulo: Aleph, 2008.

OLIVEIRA, A.P. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. São Paulo: Atlas, 2001.

OMT. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001

PREFEITURA DE SÃO BORJA. **Secretarias.** Disponível em < https://www.saoborja.rs.gov.br/index.php/cultura-turismo-esporte-e-lazer> Acesso em: Maio 2020.

SENAC. **Introdução a turismo e hotelaria**. Rio de Janeiro: SENAC, 1998.

TAVARES, A. de M. **City Tour**. São paulo: Aleph, 2002