



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA EM NEGÓCIOS

DISSERTAÇÃO

PLANEJAMENTO DO SETOR TURÍSTICO COMO ESTRATÉGIA
PARA ALAVANCAR O DESENVOLVIMENTO REGIONAL
ESTUDO DE CASO: MUNICÍPIO DE SEROPÉDICA/RJ

Marcia Cristina da Silva

2006



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA EM NEGÓCIOS

**PLANEJAMENTO DO SETOR TURÍSTICO COMO ESTRATÉGIA
PARA ALAVANCAR O DESENVOLVIMENTO REGIONAL
ESTUDO DE CASO: MUNICÍPIO DE SEROPÉDICA/RJ**

Marcia Cristina da Silva

Sob a Orientação da Professora
Dra. Stella Regina Reis da Costa

Dissertação submetida ao Curso de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, área de concentração em Estratégia Empresarial, como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre** em Gestão e Estratégia em Negócios.

Seropédica, RJ.
2006

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA EM NEGÓCIOS**

MARCIA CRISTINA DA SILVA

Dissertação submetida ao Curso de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, área de concentração em Estratégia Empresarial, como requisito parcial para obtenção do Grau de **Mestre** em Gestão e Estratégia em Negócios.

Dissertação aprovada em 08 de março de 2006.

Stella Regina Reis da Costa - Doutora
UFFRJ

Silvestre Prado de Souza Neto - Doutor
DCAC-UFRRJ

Mara Telles Salles – Doutora
UFF

“Penso, logo existo”.
(Descartes)

DEDICATÓRIA



um companheiro e a uma companheira.
Ao companheiro, que há onze anos
está sempre ao meu lado,
que muitas vezes abriu mão de seus sonhos
em prol dos meus.
Que nos momentos de alegria
vibra com o meu sucesso como se fosse o seu.
Que nos momentos de crise
coloca-me no colo, acalenta-me
e diz “calma vai dar tudo certo,
eu acredito em você”.
Ao companheiro,
que como prova de seu imenso amor
propiciou-me o bem mais valioso
que uma mulher pode ter:
“uma linda companheira”.
A companheira, meu anjo da guarda,
que reflete as minhas qualidades e
aponta os meus defeitos.
Que desde o ventre
está comigo em todos os lugares,
mesmo que seja em pensamento.
Que sabe aguardar com paciência
e desenvoltura a minha ausência.
Que em sua tenuidade indica-me caminhos,
fortalece meu espírito e revigora meus ideais.
Meus agradecimentos pelo carinho e compreensão.

A meu companheiro e enamorado
Odir Santos Curty

A minha companheira e amada filha
Jéssica Cristina da Silva Curty

AGRADECIMENTOS

Dedico meus primeiros agradecimentos a meus amigos, colegas e professores com os quais convivi e aprendi nos dois anos de formação profissional. Com eles tive a oportunidade de traçar metas, superar obstáculos e acreditar na vitória. Conseguimos.

Em especial, quero agradecer a todos que ombrearam comigo nesta árdua tarefa, não me deixando esmorecer. Meu pai, minha mãe, minhas irmãs, meus irmãos e sobrinhos, meus sogros, minha secretária, minha vizinha... Vocês foram espetaculares.

Um outro grupo de grandes amigos que se entregou para informar, orientar, sugerir, criticar, revisar e contribuir para o aprimoramento deste trabalho, como o fizeram Pr^{fa} Stella, Prof^o Edmundo, Prof^a Maria Hildes, Regina, também os meus melhores agradecimentos.

Simplesmente não teria conseguido sem vocês. Obrigada!

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	
LISTA DE TABELAS	
LISTA DE GRÁFICOS	
LISTA DE SIGLAS	
LISTA DE ANEXOS	
RESUMO	
ABSTRACT	
1. INTRODUÇÃO	01
1.1. Organização da Pesquisa	02
1.2. Problema de Pesquisa	03
1.3. Objetivo Final	03
1.4. Objetivo Intermediário	03
1.5. Suposição	04
1.6. Delimitações do Estudo	04
1.7. Relevância do Trabalho	04
2. REFERENCIAL TEÓRICO	06
2.1. Uma Introdução ao Turismo	06
2.1.1. O Turismo na História	06
2.1.2. Turismo, Realidades e Mitos	08
2.2. Definições Conceituais a Serem Entendidas do Turismo	10
2.2.1. Turistas	10
2.2.2. Vocação, Potencial e Otimização Turísticas	11
2.2.3. Definições da Demanda Turística	11
2.2.4. Definições de Oferta Turística	13
2.3. Planejamento do Desenvolvimento Turístico Sustentável	16
2.3.1. Fundamentação Teórica e os Arranjos Produtivos Locais do Turismo com vista à Regionalização do Turismo	16
2.3.2. Turismo como uma forma de redistribuição de renda	20
2.3.3. Níveis do Planejamento do Desenvolvimento	23
2.3.4. O Turismo como Importante Aliado no Aumento Arrecadatário	24
2.3.5. Planos Diretores Turísticos Municipais: uma exigência legal	25
2.3.6. Planejamento do Desenvolvimento Turístico: quando dá errado!	31
2.3.7. O Conceito de Desenvolvimento Sustentável no Âmbito das Atividades Turísticas	34
2.4. O Turismo e o Meio Rural	37
2.4.1. A Situação do Turismo no Meio Rural Brasileiro	37
3. ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS	43
3.1. Metodologia	43
3.1.1. Classificação da pesquisa	43
3.1.2. Desenvolvimento da pesquisa	44
3.1.3. Aquisição de dados	44
3.1.4. Seleção dos sujeitos	45
3.1.5. Instrumentos de coleta de dados	45
3.1.6. Tratamento de dados	46
3.1.7. Limitações do método	46
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	48
4.1. Levantamento Situacional do Município de Seropédica	48
4.1.1. Caracterização Histórica	48
4.1.2. Caracterização Geral	54

4.1.3. Aspectos Sócio-Econômicos	55
4.1.4. Indicadores de Gestão	57
4.1.5. Infra-Estrutura Urbana	58
4.1.6. Aspectos Turísticos de Seropédica	62
4.2. Planejamento Estratégico – Matriz SWOT	75
4.2.1. Análise do Ambiente Externo	75
a) Identificação de oportunidades externas a Seropédica	75
b) Identificação de ameaças externas a Seropédica	80
4.2.2. - Análise do Ambiente Interno	81
a) Identificação dos Pontos Fortes	82
b) Identificação dos Pontos Fracos	85
c) Fatores Críticos de Sucesso	86
5. CONTRIBUIÇÃO DO ESTUDO - PLANO DE AÇÃO	88
5.1. Proposta para Elaboração do Planejamento Estratégico Turístico Municipal	88
5.1.1. Programas Relacionados ao Desenvolvimento, Estrutura, Infra-Estrutura e Logística	88
5.1.2. Programas Temáticos	94
5.1.3. Programas de Medição de Desempenho	97
5.1.4. Parcerias	98
6. CONCLUSÃO	100
6.1. Sugestões para Trabalhos Futuros	101
6.2. Experiências do Pesquisador	102
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	103
Bibliografia Complementar	107

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Mapa de Localização de Seropédica	54
Figura 2	Mapa de Seropédica	55
Figura 3	Mapa de Regionalização Turística	78
Figura 4	Ciclo de Controle de Processos	97

LISTA DE GRÁFICO

Gráfico 1	Potencial Econômico de Seropédica	56
Gráfico 2	Registro Policial	60

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Fatores Críticos de Sucesso no município do Estado do Rio de Janeiro	86
Tabela 2	Fatores Críticos de Sucesso nos municípios do interior do Estado do Rio de Janeiro	87

LISTA DE QUADRO

Quadro 1	Mitos e realidades do turismo	10
----------	-------------------------------	----

LISTA DE ANEXOS

Anexo I	Foto da Região de Seropédica	109
Anexo II	O Brasão de Seropédica	110
Anexo III	Mapa de Ocupação do Município de Seropédica	111
Anexo IV	Mapa de Dados Básicos do Município de Seropédica	112
Anexo V	Mapa de Regionalização Turística ampliado	113
Anexo VI	Fotos da Fazenda Caxias	114 a 117
Anexo VII	Fotos dos Potenciais Turísticos de Seropédica	118 a 123
Anexo VIII	Carta Cultural da Baixada Fluminense	124 a 128
Anexo IX	Síntese da análise dos ambientes externo e interno contemplando ações propostas	129 a 131

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABBTUR	Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo
APL Turístico	Arranjos Produtivos Locais Turísticos
CEDAE	Companhia Estadual de Águas e Esgotos
CEFET	Centro Federal de Educação Tecnológica
CIDE	Centro de Informações de Dados
CNEPA	Centro Nacional de Ensino e Pesquisa Agrícola
CNEPA	Centro Nacional de Ensino e Pesquisas Agronômicas
CTO	Caribbean Tourism Organization
CTUR	Escola Técnica de Turismo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
DNOS	Departamento Nacional de Obras e Saneamentos
DPO	Departamento de Policiamento Ostensivo
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro
EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo
FIRJAN	Federação de Indústria do Estado do Rio de Janeiro
FLONA	Federal Floresta Nacional Mário Xavier
FPM	Fundo de Proteção Municipal
FPM	Fundo de Proteção Municipal
FPR	Formação Profissional Rural
IBAMA	Instituto Brasileiro de Meio Ambiente
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
INCRA	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
IPAHB	Instituto de Pesquisa e Análises Históricas e de Ciências Sociais da Baixada Fluminense
IPI	Impostos Produtos Industrializados
IPTU	Impostos Prediais e Territoriais Urbanos
IPVA	Imposto sobre Veículos Automotivos

IR	Impostos de Renda
ISS	Impostos Sobre Serviços
ITR	Imposto Territorial Rural
MEC	Ministério de Educação e Cultura
MMA	Ministério do Meio Ambiente
OECD	Organização Mundial do Turismo, União Européia
OMT	Organização Mundial do Turismo
PDTUR	Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo Sustentável
PESAGRO	Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro
PESAGRO	Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro
PIB	Produto Interno Bruto
PME	Pequenas e Médias Empresas
PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PRODETUR	Programa de Desenvolvimento Turístico.
PINBA	Programa Integrado de Pesquisas e Cooperação Técnica na Baixada Fluminense
PS	Promoção Social
Roteiros do Brasil	Programa de Regionalização do Turismo
SAPS	Serviço de alimentação e Previdência Social
SEAGRO	Secretaria da Agricultura Pecuária e Abastecimento
SEBRAE-Rio	Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas do Rio de Janeiro
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem da Indústria
SENAR-Rio	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural do Rio de Janeiro
SIPA	Sistema Integrado de Produção Agro-ecológica
SWOT	Strength, Weakness, Opportunities and Threats
TCPS	Tourism Council for the South Pacific
Turisrio	Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro
UFRRJ	Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

RESUMO

SILVA, Marcia Cristina. **Planejamento do Setor Turístico como Estratégia para Alavancar o Desenvolvimento Regional. Estudo de Caso: Município de Seropédica/RJ**, 2006, 131p. Dissertação (Mestrado em Administração - Gestão e Estratégia em Negócios - Estratégia Empresarial). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica - RJ.

A indústria do turismo vem assumindo um papel de grande proeminência para a economia mundial. A geração de emprego, ocupação e renda, a redução das desigualdades sociais e regionais e o equilíbrio da balança de pagamento sinalizam o horizonte almejado pelos administradores públicos. Entender a importância do turismo como atividade estratégica permite, muitas vezes, aos governantes, obter vantagens excepcionais para alavancar o desenvolvimento regional. Baseado nesta assertiva, o estudo trata desde o conceito básico, até os mitos que giram em torno da atividade e as etapas de um planejamento estratégico. A análise dos principais fatores determinantes para o incremento do setor turístico, é tratada em um estudo de vantagem competitiva e comparativa que incorpora uma análise dos pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças dos ambientes interno e externo. As conclusões parciais, que foram aduzidas ao trabalho, possibilitarão estabelecer um critério moderno de gestão turística para o município em estudo, situado no interior do Estado do Rio de Janeiro, de forma a corroborar para um turismo sólido e que beneficie, principalmente, a comunidade local, trazendo reflexos positivos para a região. Finalmente, procurou-se apresentar propostas de ações que servirão de base na elaboração de um Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Municipal atendendo, com isso, às diretrizes do Governo Federal.

Palavras Chaves: Gestão de Turismo, Regionalização, Potencialização Turística ,
Município de Seropédica, Turismo

ABSTRACT

SILVA, Marcia Cristina. **Tourist Sector Planning as a Strategy to Accelerate the Regional Development. Case Study: Seropédica County/RJ**, 2006, 131p. Dissertation (Master Degree on Management – Business Strategy). Institute of Business Studies/ Social Sciences. Rural Federal University of Rio de Janeiro, Seropédica - RJ

The tourism industry is now taking a notorious role on the world economy. The job occupation and income opportunities, the profits, the reduction of national deficit and the social and regional inequalities and the balance or payments are the main goals of the public administrators. Assimilating the strategic importance of tourism allows the governments to obtain exceptional advantages to make the regional development accelerate. Based on this, this work aims at analyzing the basic concept, the myths that surround the activity and the steps of a strategic planning. The analysis of the main determining factors for an improvement on the tourism industry is presented on a study of the comparative and competitive advantages that incorporates an analysis of the weak and strong points, opportunities and threats on the external and internal environment. The partial conclusions that were exposed in these work possibilities the establishment of a modern standard of tourist management for the city, situated on the Rio de Janeiro countryside, with the view to collaborate for a consistent tourism and to develop the local community, bringing positives effects for the area. Finally, concrete actions were presented in order to be a base for the elaboration of a Tourism Development Strategic Plan, in order to attend the demands of the Federal Government.

Key words: Tourism Management, Regionalization, Tourist Potentialization, Tourism, Seropédica County

1. INTRODUÇÃO

A história do turismo vem de muitos milhares de anos atrás, dos antigos gregos e romanos. Porém, foi apenas recentemente, com o surgimento do turismo de massas, que a atividade tornou-se tão importante no mundo. A atividade, ultimamente, tem sido considerada digna de projetos empresariais sérios e estudos acadêmicos. Entretanto, a importância econômica da indústria turística e seu impacto sobre economias, ambientes e sociedades, são suficientemente significativos para que o tema mereça considerações acadêmicas. O turismo ainda carece de uma base teórica, mas, mesmo assim, sua popularidade como tema e o reconhecimento de sua importância pelos governos têm acelerado seu estudo. Todos os indicadores apontam para uma crescente profissionalização do setor turístico.

Entender a importância do turismo como atividade estratégica de auto-sustentabilidade permite, muitas vezes, aos administradores públicos, obter vantagens excepcionais na criação de emprego e de investimentos internos e na geração de divisas para servir suas necessidades. O turismo promove, na verdade, um movimento unilateral de capital que permite “exportar” o que não é transacionável. Quando um turista chega a uma região com mil dólares e os dispende na visita aos monumentos históricos, nos hotéis, nos táxis, nos restaurantes ou nas áreas de diversões e entretenimento, ele está criando um rendimento interno equivalente aos mil dólares.

Do ponto de vista formal, o mesmo rendimento é criado pela exportação de produtos. Mas, comparando os efeitos sobre a distribuição de renda nas duas atividades, o poder “multiplicador” de emprego é muito maior e a distribuição de renda muito melhor na atividade turística, além dos investimentos serem de menor vulto, se comparados com outros setores da atividade econômica.

Na apresentação do Plano Nacional de Turismo (PNT), em 2003, o presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, ressaltou o potencial turístico nacional – “O Brasil indubitavelmente é um lugar único pela sua riqueza natural, cultural, econômica e histórica. Isto faz de nosso país um espaço maravilhoso com inúmeros atrativos turísticos tendo na diversidade nosso instrumento principal de sua potencialização. É inegável a nossa vocação para o turismo. Dispomos de todas as condições para cativar nossos visitantes – praias, florestas, montanhas, rios, festivais, culinária diferenciada, parques nacionais, cidades históricas e a tradicional hospitalidade brasileira, assim como, os equipamentos, as empresas, e a qualidade dos serviços atualmente encontrados em muitas regiões do país”.

Cabe ressaltar, que o Plano Nacional de Turismo busca criar um elo entre os governos federal, estadual e municipal; as entidades não governamentais; a iniciativa privada e a sociedade no seu todo. Tornando-se um fator de integração de objetivos, otimização de recursos e junção de esforços para incrementar a qualidade e a competitividade e, fundamentalmente, aumentando a oferta de produtos brasileiros nos mercados nacional e internacional.

O PNT contempla um total de cinco metas mobilizadoras para o período de 2003 a 2007. São elas:

- 1) Criar condições para gerar 1.200.000 de novos empregos e ocupações;

- 2) Aumentar para nove milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil;
- 3) Gerar oito bilhões de dólares de divisas;
- 4) Aumentar para 65 milhões a chegada de passageiros nos vôos domésticos;
- 5) Ampliar a oferta turística brasileira, desenvolvendo, no mínimo, três produtos de qualidade em cada um dos Estados da Federação e no Distrito Federal.

Para atingir tais objetivos, foi lançado em 2004, pelo Ministério do Turismo, o *Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil*, de forma a regionalizar as atividades turísticas, com orientações que promovam o crescimento econômico, a criação e a manutenção de postos de trabalho, buscando o desenvolvimento sustentável por regiões.

A união dos empresários do setor turístico será fundamental para aumentar a representação do estado no cenário nacional. A afirmação foi do empresário Philip Carruthers, durante cerimônia que marcou posse dos novos membros do Fórum Empresarial de Turismo do Sistema FIRJAN, em 2005. Ele destacou a importância do setor que, no país, gera um faturamento anual de US\$ 5 bilhões, sendo responsável por 5,8 milhões de empregos, o equivalente a 7% de toda a oferta de mão de obra do país. Segundo projeções de Philip Carruthers, já em 2005, o turismo gerará negócios da ordem de US\$ 9 bilhões no país, atingindo a meta prevista, no Plano Nacional de Turismo, para 2007 (FIRJAN, 2005).

A partir dessas informações, tornou-se mais que oportuno este presente estudo que visa fornecer subsídios relevantes à tomada de decisão para a elaboração de um Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável do Turismo para Municípios. Como escopo, pretende-se oferecer idéias que contribuam para o debate em torno do tema, apresentando sugestões que estabeleçam uma visão moderna de gestão turística, atendendo à proposta do Ministério do Turismo. Espera-se que essas idéias possibilitem, ao governo municipal, desenvolver um plano estruturado baseado na potencialidade da cidade, corroborando para um turismo sólido e que beneficie principalmente a comunidade local, trazendo reflexos positivos para a região.

1.1. Organização da Pesquisa

Para facilitar a análise, a pesquisa seguiu a seguinte ordenação: Referencial Teórico, Resultados e Discussão onde são apresentados os seguintes subitens: Levantamento Situacional, Proposta de Planejamento e Contribuição do Estudo (Plano de Ação). Foi utilizado como estudo de caso o município de Seropédica, situado no interior do Estado do Rio de Janeiro.

a) Referencial Teórico

Neste primeiro momento, foi apresentada uma revisão histórica e cultural do turismo, assim como os conceitos básicos da atividade e os fundamentos teóricos do planejamento do desenvolvimento turístico sustentável, devido à utilização dos seus princípios para a estruturação da proposta a ser apresentada. Para isso, discutiu-se sobre o turismo como uma forma de redistribuição de renda, os níveis do planejamento, a obrigatoriedade dos planos diretores, o fracasso e potencialidades durante sua elaboração. Nesta fase abordou-se, também, o turismo no meio rural e a oportunidade de negócios.

b) Resultados e Discussão

✓ Levantamento Situacional

São apresentados os detalhamentos do Município de Seropédica/RJ, onde foram destacados diferentes aspectos da cidade: marcos históricos da formação urbana da cidade, características geográficas, aspectos sócio-econômicos, gestão administrativa e potencialidades turísticas, meio-ambiente, infra-estrutura e serviços, preservação arquitetônica urbanística e outros.

✓ Proposta de Planejamento

Tem como propósito mapear os ambientes internos e externos do Município. Apontar ameaças e oportunidade do ambiente externo a serem neutralizadas e aproveitadas. Indicar quais os pontos fortes e fracos do potencial turístico da região e, ainda, os fatores críticos de sucesso, condições essenciais para estruturação do negócio.

✓ Contribuição do Estudo

São apresentadas propostas de programas que servirão de base na elaboração de um Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável do Turismo Municipal, que incluem três etapas distintas: programas relacionados ao desenvolvimento, estrutura, infra-estrutura e logística; programas temáticos; e programas de medição de desempenho. Nas considerações finais são indicadas possíveis parcerias, no ambiente interno e externo, que poderão auxiliar na consecução dos objetivos traçados. Assim como, a conclusão e sugestões para trabalho futuros.

1.2. Problema de Pesquisa

O problema geral que traduz o cerne da presente pesquisa está expresso na seguinte questão:

“Quais são as informações relevantes no processo decisório da gestão de um município do interior do Estado do Rio de Janeiro para conseguir atender à proposta de regionalização turística do Governo Federal e atingir o desenvolvimento sustentável turístico?”

Deseja-se ressaltar o registro do termo “relevante”, que para o entendimento da pesquisa significa mais freqüente, de maior incidência ou outras expressões congêneres.

1.3. Objetivo Final

Análise do potencial turístico do Município de Seropédica para fornecer subsídios relevantes à estruturação do Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico Municipal.

1.4. Objetivos Intermediários

- Conscientizar os governantes municipais para a importância do planejamento das atividades turísticas, como mola precursora do desenvolvimento regional;

- Ressaltar os fatores críticos de sucesso para desenvolvimento do setor de turismo na região.

1.5. Suposição

Pressupõe-se que alguns fatores sejam fundamentais para que um município do interior do Estado consiga atender as propostas do Governo Federal e atingir o desenvolvimento turístico:

- Conscientização, capacitação e planejamento comunitário, reforçando a importância do turismo como instrumento de crescimento econômico, social, cultural e ambiental, com vistas à cooperação dos segmentos organizados do município;
- Elaboração do Plano Diretor Turístico Municipal como instrumento básico da política de desenvolvimento e expansão urbana para cidades;
- Fortalecimento das relações com os diversos níveis do poder público e privado, visando estabelecer parcerias para discutir os problemas e buscar soluções em benefício da comunidade.

1.6. Delimitações do Estudo

- A pesquisa ficou restrita ao município de Seropédica, por tratar-se de uma região localizada no interior do estado do Rio de Janeiro, porém, devido à falta de estruturação regional, não conta com os subsídios governamentais do Programa de Reginalização Turística.
- Não foi objeto de estudo elaborar um Plano Diretor Turístico, devido à complexidade para a execução do referido documento e a exigüidade de tempo e sim, apresentar informações que possibilitem a estruturação do mesmo.
- Foram objetos de estudo apenas os potenciais turísticos da região considerados, durante a pesquisa de campo, como relevantes, assim como, os principais fatores críticos de desempenho.

O estudo tomou como base uma revisão básica dos marcos histórico-culturais de Seropédica, até Dez/2005.

1.7. Relevância do Trabalho

O trabalho visa apresentar informações relevantes que estabeleçam uma visão moderna de gestão turística, amparado na proposta do Ministério do Turismo, que está voltado para o desenvolvimento turístico do interior dos municípios do Brasil, em contraponto aos prejuízos impostos pela modernização.

O referido estudo busca auxiliar aos administradores municipais a desenvolverem políticas públicas de forma estruturada e compartilhada, com base na potencialidade turística da cidade, de modo a impulsionar o desenvolvimento sustentável do setor, trazendo reflexos positivos para a região e benefícios à comunidade local.

A contribuição acadêmica está em constituir um “embrião” para pesquisas futuras nessa área do conhecimento, considerando a escassez de trabalhos científicos a

respeito dessa específica modalidade de desenvolvimento sustentável do turismo municipal.

Enfim, trata-se de uma proposta visando superar obstáculos e gerar conhecimentos, empregos e divisas para o município, pela gestão compartilhada, pelo planejamento estratégico, com o enfoque no desenvolvimento regional dos negócios turísticos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Uma Introdução ao Turismo

Na evolução histórica do homem, o tempo de trabalho vem sendo reduzido, dando lugar a um maior tempo livre. No início do século XIX, na Inglaterra, trabalhava-se 15 horas por dia. Hoje em dia, essa jornada é de 8 horas. Em alguns países, já é de 6 horas. Boiteux (2001) cita o sociólogo Italiano Domenico De Masi (1998), especialista em sociologia do trabalho, afirmando que a tendência da era pós-industrial é ter mais ócio e menos trabalho. No entanto, o sociólogo acredita que o problema é: “que não sabemos usar de forma adequada nosso tempo livre”.

Para Boiteux (2001) o homem, ou seja, o viajante temporal, é o sujeito do turismo. Ele busca a satisfação dos seus anseios e necessidades através de uma série de atividades, entre as quais encontra-se o turismo. Segundo Castelli (1995) turismo é:

“um conjunto de relações e fenômenos resultantes de viagem e permanência média em determinada localidade de pessoas que lhe são estranhas, desde que tal permanência não estabeleça vínculo permanente”.

Esta definição nos permite vislumbrar que o turismo se caracteriza pela permanência fora do domicílio principal não se questionando sobre a duração desta permanência, desde que seja temporária. A Organização Mundial do Turismo (OMT) define também o turismo como:

“As atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadias em locais distintos do seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano para fins de ócio, negócios e outros”.

Lage e Milone (2000), afirmam que, hoje, é impossível limitar uma definição específica de turismo. Sem dúvida é uma atividade socioeconômica, pois gera a produção de bens e serviços para o homem visando a satisfação de diversas necessidades básicas e secundárias. [...]decorrente da mudança ou do deslocamento humano temporário, envolve a indispensabilidade de componentes fundamentais como o transporte, o alojamento, a alimentação e o entretenimento (lazer, atrações).

2.1.1. O Turismo na História

A palavra *tour* é de origem francesa e quer dizer volta e tem seu equivalente no inglês *turn*, e no latim *tornare*. As palavras *tourism* e *tourist*, de origem inglesa, já aparecem documentadas em 1760, na Inglaterra (Lazzari, 2003).

Lazzari cita, que o pesquisador suíço Arthur Hamlot acreditava que a origem da palavra está no hebraico *tur* que aparece na Bíblia com o significado de viagem de reconhecimento. O Capítulo XII, Versículo 17, cita que Moisés enviou um grupo de representantes ao país de Canaã para visitá-lo e informar-se a respeito de suas condições topográficas, demográficas e agrícolas.

O turismo acompanha a humanidade há séculos, os antigos povos já praticavam o turismo através de longas caminhadas por terras desconhecidas na região da Ásia Central, em busca de satisfação desbravadora.

O turismo histórico tinha como base o relacionamento humano e a troca de valores culturais e econômicos. Muito antes da era cristã, os povos orientais já faziam viagens em busca do descanso e do conhecimento.

Alguns pesquisadores afirmam que o turismo no mundo iniciou-se no século VII a.C., na Grécia, porque as pessoas viajavam para ver os jogos olímpicos à cada quatro anos. Outros pesquisadores acreditam que os primeiros viajantes foram os fenícios, por serem os inventores da moeda e do comércio (Lazzari, 2003).

No século II e III da era cristã eram comuns peregrinações à Jerusalém, à Igreja do Santo Sepulcro, que foi construída em 326, pelo imperador Constantino, o Grande. No século IX foi descoberta a tumba de Santiago de Compostela, e tiveram início as peregrinações dos chamados jacobitas ou jacobeus. Tais peregrinações eram feitas por terra e por mar. No extremo oriente também haviam os budistas.

No século XII da era cristã, na cidade de Florença, surgiram as primeiras hospedarias que recebiam muitos dos viajantes que peregrinavam pela Europa em busca de intercâmbio entre professores e alunos, nas principais universidades européias.

No Século XV, através das grandes navegações portuguesas e espanholas, surgiram as viagens transoceânicas de um novo mundo.

Lazzari (2003) acrescenta que até a metade do século XIX, a prática turística ficava reservada à grupos minoritários, cujos integrantes desfrutavam de recursos econômicos elevados e muito tempo disponível para viajar, já que os meios de transporte eram rudimentares, limitados, incômodos e existiam poucos estabelecimentos para hospedagem e alimentação. Não existiam organizações turísticas que promovessem suas respectivas destinações, fazendo com que a informação sobre os atrativos turísticos de um local fosse realmente escasso.

O período de 1841 foi considerado como a “época de transição”, marcado pela primeira viagem em grupo, realizada por Thomas Cook, na Inglaterra, usando como meio de transporte o trem.

Thomas Cook, considerado o “pai do turismo coletivo”, nasceu em 1808 e aos dez anos foi obrigado a deixar a escola para trabalhar na editora de uma Associação Batista, para difundir a Bíblia, no Condado de Rutland e era obrigado à longas caminhadas.

Em 1841, quando da realização de um Congresso Antial Caótico, em Leicester, Cook resolveu procurar a Companhia ferroviária e fretar um vagão, para um grupo, levando em conta o número representativo de pessoas que queriam participar do evento.

Em 1851, com a feliz idéia de fretar trens, Thomas conseguiu 165.000 clientes, que viajariam para Londres para participar da exposição Hyde Park. Assim, nasceu a primeira agência de viagens “Thomas Cook and Son”. Em 1845, apresenta o primeiro

itinerário impresso para uso dos clientes e em 1846 organiza uma excursão com guias. O próprio travel check nasce de uma idéia de Cook, chamada Circular Norte, quando em 1872 criou a primeira volta ao mundo.

Surgem também na Europa, neste período, as primeiras escolas de hotelaria. Esta segunda idéia vai até a primeira metade do século XX, fazendo com que, graças à generalização dos meios de transporte coletivo, um maior número de pessoas pudesse viajar. Com o aparecimento dos primeiros órgãos oficiais de turismo, a promoção começa nos meios de comunicação, e surgem também legislações trabalhistas, que apresentam pela primeira vez o conceito de férias.

Lazzari (2003) cita, ainda, que hoje vivemos a chamada época do turismo massivo ou do turismo em desenvolvimento. Os meios de transporte rápidos, cômodos e seguros estão ao alcance do público em geral. Depois da Segunda Guerra Mundial, devido à utilização do turboélice na propulsão aérea, aparece o jet, cujos modelos recentes alcançam velocidade supersônicas e permitem, nas versões jumbo, o transporte massivo de passageiros. Surgem meios de hospedagem que apresentam diferentes modalidades e níveis econômicos, podendo abranger um segmento maior de mercado turístico potencial.

O agente de viagens torna-se a parte mais dinâmica da atividade turística, oferecendo preços competitivos, através de pacotes e sistema de reservas para transportes, hotéis e espetáculos. Por outro lado, os fretamentos e o parcelamento de viagens tornam hoje o segmento mais democrático.

2.1.2. Turismo, Realidades e Mitos

O turismo é uma atividade marcante na sociedade contemporânea. Tornou-se uma prática na qual se engajam milhares de pessoas de todas as nações do mundo e passou a ocupar um lugar de destaque nas relações internacionais. Daí o surgimento de centenas de organizações turísticas, organizações nacionais e internacionais, quer no plano governamental, quer no não-governamental.

A viagem turística tornou-se, na era moderna, uma realidade econômica, social, cultural e política incontestável. A indústria do turismo assume um papel de grande proeminência para a economia mundial.

Segundo Cooper (2001) os dados da Organização Mundial do Turismo (OMT), informam que o turismo é o setor que mais cresce e contribui para a economia mundial, tanto como atividade quanto indústria.

Na metade dos anos 90, o World Travel and Tourism Council (WTTC) estimava que o turismo era a maior indústria do mundo (WTTC, 1996 apud Cooper, 2001)¹:

¹ WTTC - Progress and Priorities. World Travel and Tourism Council, Brussels, 1996 apud COOPER, C., Fletcher. et. al. *Turismo, princípios e prática* – 2.ed. – Porto Alegre: Bookman, 2001. 559 p. (Trad Roberto Cataldo Costa).

Cooper (2001), acrescenta que o turismo gera direta ou indiretamente 204 milhões de empregos. Isto equivale à mais de 10% da força de trabalho do mundo, e está previsto para os primeiros anos deste século mais de 11%.

O turismo é responsável por mais de 10% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial, um número que tem crescimento previsto de 11%, também, para o início do século XXI (Cooper, 2001).

A combinação da “juventude” da indústria turística – o turismo internacional de massas tem, no máximo, 30 anos – com o compasso do crescimento da demanda proporcionou à atividade um lugar de destaque na economia mundial, porém, são levantadas algumas questões para o setor.

Ao mesmo tempo em que demonstra crescimento sustentado, a atividade tem tido uma grande resistência pelas condições políticas e econômicas adversas. Invariavelmente, o crescimento está diminuindo à medida que o mercado amadurece, e, com a mudança na natureza do turista e nas suas necessidades, o setor precisará ser criativo para oferecer produtos que satisfaçam o “novo turista”.

Para conquistar esta demanda é, portanto, necessário satisfazer às necessidades e exigências de um consumidor já habituado com a prática do turismo. É preciso oferecer-lhe um produto acabado e de ótima qualidade. Isto significa também serviços de primeira qualidade.

De acordo com Cooper (2001), as organizações internacionais apóiam o turismo por sua contribuição à paz mundial, pelos benefícios da mesclagem de povos e cultura, pelas vantagens econômicas que podem advir e pelo fato de que o turismo é uma indústria relativamente “limpa”. Mas uma questão cada vez mais importante é a imagem negativa do turismo como um espoliador de destinações, um fator de mudança social adversa, e mesmo os ganhos monetários e os empregos gerados pelo turismo são considerados ilusórios em muitas destinações. A questão central para o sucesso do turismo será a demonstração, por todos os envolvidos, de que o setor é responsável e digno de aceitação como uma atividade global. Organizações de todo o mundo têm desenvolvido campanhas ativas para promover a necessidade da indústria turística assumir a responsabilidade por seus atos.

Por fim, as percepções gerais a respeito do turismo estão deslocadas. O turismo está circundado por certos mitos que contribuíram de forma irreal para a imagem glamourosa. Esses mitos estão demonstrados a seguir no Quadro 1.

Quadro 1 Mitos e realidades do turismo

Mito	A maioria do turismo no mundo é internacional.
Realidade	O turismo no mundo é predominantemente doméstico (pessoas viajando em seu próprio país). O turismo doméstico é responsável por cerca de 80% das viagens turísticas.
Mito	A maioria das viagens de turismo no mundo acontece por via aérea, quando os turistas viajam de um país para outro.
Realidade	A maioria das viagens acontece por via terrestre (principalmente automóveis)
Mito	O turismo diz respeito apenas às atividades de lazer durante as férias.
Realidade	O turismo inclui todos os tipos de propósitos de visitas, incluindo trabalho, conferência e educação.
Mito	Empregos nas áreas de turismo significam muitas viagens e a chance de aprender línguas.
Realidade	A maioria dos empregos em turismo são no setor de hospitalidade e envolvem poucas viagens

Fonte: Cooper, 2001

2. 2. Definições Conceituais a Serem Entendidas do Turismo

2.2.1. Turistas

Cooper (2001) afirma que, os turistas são, na prática, um grupo heterogêneo, com personalidades, demografias e experiências diferentes. O autor classifica os turistas em duas formas básicas, relacionadas com a natureza de suas viagens:

1. Pode-se fazer uma distinção básica entre turistas domésticos e internacionais. O turismo doméstico diz respeito às viagens de residentes dentro de seu próprio país. Com raras implicações de moeda, língua ou vistos esse tipo de turismo é mais difícil de ser medido do que o turismo internacional. Como consequência, o turismo doméstico tem recebido pouca atenção. Ao contrário, o turismo internacional diz respeito às viagens fora do país de residência podendo haver implicações em termos de moeda, língua e vistos.
2. Os turistas também podem ser classificados pela categoria de “propósito de visita”, Por convenção, usam-se três categorias:
 - a) lazer e recreação – incluindo férias, esportes e turismo cultural e a visita a amigos e parentes ;
 - b) outros propósitos turísticos – incluindo turismo de estudos e saúde;
 - c) profissional e turismo de negócios – incluindo reuniões, conferências, missões e incentivos.

Há muitas outras formas de classificar os turistas, que vão desde seus estilos de vida e suas personalidade (idade, sexo, educação, profissão), até sua percepção e interação com a destinação (período, duração, distância, motivo da viagem e tipo de despesas com transporte, diária e hospedagem).

Classifica-se, também, em turismo de massa e turismo alternativo e de pequena escala. Cooper (2001) argumenta que o turismo de massa tem um grande impacto sobre

a destinação por causa da escala intensa da indústria e da natureza do consumidor. Por outro lado, os tipos de turismo de pequena escala e alternativos são considerados como tendo um impacto mais reduzido sobre a destinação, não apenas por causa do tipo de consumidor envolvido, mas também porque eles irão rejeitar as empresas de viagens e instalar-se em pensões locais ou com famílias. Neste caso, diz-se, que o impacto do turismo é menos destrutivo do que o turismo de massas.

A solução para os males apontados do turismo de massa está na combinação dos tipos apropriados de visitantes a tipos específicos de destinação, de maneira a alcançar o desenvolvimento verdadeiramente sustentável.

Existem quatro categorias turísticas, quais sejam, turismo de um dia; turismo de finais de semana e feriados prolongados; turismo de negócios, e o turismo de longa duração, no entanto com período mais curto, normalmente não ultrapassando 20 dias. Essas categorias espelham as demandas e possibilidades da sociedade moderna e global, tendo em vista não se tratar de mudanças ocorridas apenas no cenário brasileiro, mas sim no mundo todo. Especificamente, no Estado do Rio de Janeiro, a categoria turismo de finais de semana e feriados prolongados vem conglomerando mais de 75% do mercado turístico interno, valorizando as programações histórico-culturais, ecoturistas, de eventos etc. Há que se mencionar também, embora sem o mesmo destaque, a geração de emprego e renda alavancada pela categoria turismo de um dia, categoria esta que, embora não haja pernoite pressupõe a realização de gastos. Bom exemplo vem sendo a cidade de Parati, na Baía da Ilha Grande, cuja relação de proximidade com o Rio de Janeiro, vem possibilitando a realização de várias “domingueiras” como são conhecidas estas programações, (Custódio, 2001, p.6).

O turismo de negócios também assume proporções atraentes para os investidores, como vem sendo observado nas grandes redes hoteleiras, principalmente em São Paulo, porém é necessário maior investimento em infra-estrutura, para atender a um segmento mais exigente.

2.2.2. Vocação, Potencial e Otimiza o Turísticas

Freqüentemente, estabelece-se um erro conceitual e, conseqüentemente estratégico do que venha a ser voca o e potencial turístico. Normalmente os municípios que apresentam voca o turística, certamente det m potencial turístico, embora nem sempre o utilizem. No entanto, muitas vezes determinada localidade revela potencial turístico, não sendo esta, no entanto, sua característica vocacional, necessitando pois de sua otimiza o.

2.2.3. Defini es da Demanda Turística

As defini es de demanda variam de acordo com as perspectivas do autor sobre o tema. Cooper (2001, p.56) cita como exemplo, os economistas que consideram a demanda como sendo a rela o da quantidade de qualquer produto ou serviço que as pessoas queiram e possam comprar por cada preço específico, em um conjunto de preços possíveis, durante um dado período de tempo. Já os psicólogos, diferentemente, v em a demanda do ponto de vista da motiva o comportamental. Os geógrafos, por outro lado, definem a demanda turística como sendo "o número total de pessoas que viajam, ou gostariam de viajar, para utilizar instala es ou serviços turísticos em lugares afastados

de seus locais de residência e trabalho", (Mathieson & Wall, 1982 apud Cooper, 2001, p.56)².

Focados nos fundamentos econômicos do turismo, Lage e Milone (2001, p.26-27) acrescentam que demanda, também chamada procura turística, pode ser expressa de muitas formas; por exemplo, pelo número de turistas que chegam a uma região, pelo número de bens e de serviços que consomem, pelo número de pernoites em hotéis que utilizam, pelo número de passageiros aéreos que são transportados de uma região para outra e muitas outras manifestações.

Teórica e genericamente pode ser interpretada como a quantidade de bens e serviços turísticos que os consumidores desejam e estão dispostos a adquirir por um dado preço e em um dado período de tempo. A relação entre a quantidade demandada e o preço do produto turístico, chamada de curva da demanda, apresenta uma relação inversamente proporcional, pois à medida em que os preços aumentam, os indivíduos tendem a consumir menos quantidade de bens e serviços turísticos e vice-versa.

Nota-se que esses produtos - mesmo não se relacionando diretamente com a atividade turística - em sendo procurados e consumidos pelos viajantes, passam a ser considerados produtos turísticos. Por exemplo, um refrigerante consumido em um avião por um passageiro em férias passa a ser um bem turístico, diferindo de seu consumo por qualquer pessoa em um restaurante da cidade. Neste último caso, é demanda econômica pelo refrigerante, mas não demanda turística.

Dessa maneira, acrescentam Lage e Milone (2001, p.26-27), fica clara a infinidade de produtos turísticos que participam das relações desenvolvidas pelo setor turístico, basicamente representada pelo tripé: transporte, hotelaria e agenciamento, “mas que podem absorver outros tantos segmentos compostos de locadores, restaurantes, lojas etc. A procura individual dos consumidores por um desses serviços é uma demanda turística onde basicamente se objetiva a satisfação das pessoas que estão envolvidas neste processo econômico”.

É óbvio que estas pessoas - essa população de turistas - têm restrições econômicas, e desejam empregar da melhor forma possível seus recursos disponíveis (escassos). Logo, estes indivíduos ao priorizarem seu desejo de consumir determinado produto turístico, e não outro, deverão levar em consideração alguns fatores extremamente importantes na demanda. Dentre os principais fatores que influenciam a decisão de consumo por um particular bem ou serviço turístico, Lage e Milone enumeram:

- **Os preços dos produtos turísticos:** Os indivíduos estão dispostos a comprar mais quando o preço dos produtos turísticos abaixa e vice-versa.
- **Preços de outros produtos:** O consumidor tende a demandar uma quantidade maior daquele que tiver o preço mais baixo
- **Renda dos consumidores:** os indivíduos estão dispostos a comprar mais quando sua renda aumenta e vice-versa.

² Mathieson, A. and Wall. G., *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman, 1989 apud COOPER, C., Fletcher. et. al. *Turismo, princípios e prática* – 2.ed. – Porto Alegre: Bookman, 2001. 559 p. (Trad Roberto Cataldo Costa)

- **Gostos e preferências dos indivíduos:** Uma mudança nos gostos e preferências dos consumidores de bens e serviços afeta a procura dos mesmos.
- **Propaganda:** instrumento de estímulo e de apelo às massas, interfere na sociedade de consumo, revolucionando comportamentos, modificando costumes, criando hábitos e proporcionando diferentes alternativas para o consumo de bens e serviços diversos. O que contribui para o aumento do Produto Interno Bruto – PIB de um país.

- Conceitos da demanda turística

A noção de que alguns indivíduos podem nutrir um desejo de empreender uma viagem turística, mas não estão capacitados para concretizá-la sugere que a demanda turística consiste de vários componentes. Cooper (2001, p.56) identifica três componentes básicos que formam a demanda turística total:

1. A **demanda real** ou **efetiva** é o número real de participantes do turismo ou aqueles que estão viajando, ou seja, os turistas de fato. Este é o componente mais fácil e comumente medido e a maior parte das estatísticas de turismo referem-se a demanda efetiva.

2. A **demanda reprimida** é formada por aquela parcela da população que não viaja por alguma razão.

Dois elementos podem ser distinguidos na demanda reprimida: a **demanda potencial** refere-se àqueles que viajarão em alguma data futura, se passarem por alguma mudança nas circunstâncias de suas vidas. Por exemplo, seu poder aquisitivo pode aumentar ou eles poderão ter férias melhor remuneradas e, assim, ter o potencial para passar para a categoria da demanda efetiva.

E a **demanda protelada** que é a demanda adiada por causa de um problema no âmbito da oferta, como a falta de capacidade de hospedagem, de condições meteorológicas ou até de atividade terrorista. Mais uma vez, quando as condições de oferta estiverem mais favoráveis, aqueles classificados como demanda protelada serão convertidos em demanda efetiva em alguma data futura.

3. Finalmente, aqueles que simplesmente não desejam viajar ou não têm as condições para tal constituem a categoria **sem-demanda**.

2.2.4. Definições de Oferta Turística

Pode-se definir, segundo Custódio (2001), como a oferta básica para a atração de fluxos turísticos, o conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter natural, artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de assentar em uma determinada região, durante um determinado período de tempo, um público visitante.

Neste sentido, entende-se como oferta turística original ou natural todos os acervos ambientais relacionados a o meio físico e biótico, traduzindo-se em patrimônio ambiental. Os valores que a natureza oferece sem a necessidade da interferência humana são algumas das fontes de atração que sustentam o deslocamento de pessoas com

determinadas finalidades turísticas. Não há dúvida de que estes elementos imprescindíveis, por natureza não reguláveis, escapam de um tratamento econômico, ficando às margens do que muitas vezes se entende por “oferta” no sentido restrito da palavra.

Gestões municipais bem sucedidas vem repensando esta “oferta” como conjunto dos recursos não só naturais, mas também culturais que, em sua essência, constitui a matéria prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de pessoas com tempo para lazer. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao consumo em uma estrutura de mercado.

Custódio (2001) adverte: no que tange especificamente ao aproveitamento das ofertas naturais, urgem em quase todo o território nacional, ações por parte das diferentes esferas de competência de governo, no sentido de viabilizar o uso sustentável das unidades de conservação de manejo direto e indireto, dentro dos parâmetros legais estabelecidos pelos seus respectivos planos de manejo. Neste sentido, de modo que possa ser atraído o capital nacional e/ou internacional para a alocação em grandes projetos de investimento no setor turístico, faz-se necessária a elaboração de um Diagnóstico sócio-ambiental.

Quanto à oferta turística derivada, esta se relaciona a toda infra-estrutura física e social a ser necessária (sistema viário e transportes, rede de abastecimento de água e de esgotamento sanitário, sistema de coleta de lixo, telefonia, energia elétrica, telecomunicações). No entanto, tais ofertas, entendidas como toda a gama de infra-estrutura física e social necessárias ao atendimento das atividades receptivas, não vêm recebendo investimentos compatíveis com a posição almejada pelo governo federal.

Do mesmo modo, Cooper (2001:43) complementa que, há dois tipos fundamentais para a definição do setor turístico baseada na oferta – a conceitual ou descritiva e a técnica. Do ponto de vista conceitual, (Leiper 1979. p. 400 apud Cooper, 2001, p.43)³, sugere: “A indústria turística consiste em todas aquelas empresas, organizações e instalações destinadas a servir às necessidades e aos desejos específicos dos turistas”.

Em relação às definições técnicas, pode-se classificar as empresas turísticas em dois tipos:

- Camada 1 – empresas que sobreviveriam sem o turismo, mas de uma forma reduzida - são aquelas que servem também aos residentes do local e a outros mercados. Exemplos: companhia aéreas, hotéis, parque nacionais.
- Camada 2 –empresas que não sobreviveriam sem o turismo – são aquelas totalmente dedicadas a servir aos turistas. Exemplos: restaurantes, táxis, atrações locais.

Cabe ressaltar que essa abordagem é coerente, porque permite que o turismo seja comparado com outros setores econômicos e permite que se avalie o tamanho da indústria turística utilizando classificações industriais padronizadas. A Organização Mundial do Turismo (OMT), desenvolveu uma classificação internacional padronizada

³ Leiper, N., The Tourism System, Massey University Press, 1979 apud Cooper, Chris 2001, p.56

de atividades turísticas, adotando, também, a idéia de envolvimento parcial ou dedicação total ao turismo.

2.3. Planejamento do Desenvolvimento Turístico Sustentável

2.3.1. Fundamentação Teórica e os Arranjos Produtivos Locais do Turismo com Vista à Regionalização do Turismo

As potencialidades econômicas do turismo, relacionadas ao emprego e renda, têm sido fonte de atração para a maior parte dos governantes no mundo, que consideram essa atividade um instrumento estratégico de relativa importância na superação de problemas sociais. Nas últimas décadas, em função do valor econômico e expressivo crescimento em termos de expansão, acompanhado pelo aumento do fluxo de turistas ávidos por novos destinos e diferenciais, o turismo passou a receber maior atenção por parte dos governos, na elaboração de suas políticas de desenvolvimento, visando orientar as ações de planejamento e ordenamento das regiões e localidades (Silveira, 2002 apud Merigue, 2004)⁴.

Por outro lado, até que ponto essa preocupação dos governantes se fundamenta em bases responsáveis e sustentáveis? A criação de programas que visam incentivar o desenvolvimento de complexos e destinações turísticas é uma realidade no Brasil e que vem demonstrando essa preocupação.

Em 1992 foi criado o Programa Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT, desenvolvido e coordenado pela EMBRATUR⁵, mediante a adoção da metodologia da Organização Mundial do Turismo - OMT, adaptada à realidade brasileira. Através do PNMT, buscou-se um processo de conscientização, sensibilização, estímulo e capacitação de monitores municipais, visando o despertar e reconhecimento da importância do turismo como gerador de emprego e renda. Coube à localidade (Poder Público, Iniciativa Privada e a Sociedade em Geral), "estabelecer suas prioridades, construindo uma política municipal de turismo voltada para seus interesses, tendo como baliza a Política Nacional de Turismo" como afirma Dias (2003, p. 146 apud Merigue, 2004)⁶.

O referido programa propunha a conciliação do crescimento econômico com a preservação e conservação do patrimônio ambiental, histórico e cultural, assim como, a participação e a gestão da comunidade no Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo Sustentável - PDTUR. A falta de êxito em alguns lugares, sem que essas metas fossem inteiramente cumpridas poderiam ser mais bem explicadas nas argumentações de Silveira (1999, p. 93):

"... a questão da descentralização já suscitou muitas críticas de alguns especialistas, no que diz respeito a outros programas da administração pública, como na educação, na saúde, e outros. A crítica principal recai sobre o caráter mecânico e aleatório da

⁴ SILVEIRA, Marcos Aurélio T. da. *Planejamento territorial e dinâmica local: bases para o turismo sustentável*. Turismo: Desenvolvimento Local. São Paulo: Hucitec, 1999, apud Merigue, Geancarlo de L., *Artigo "O Desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais no Turismo: O Caso da Região Turística da Costa Leste de Mato Grosso do Sul"*, 2004. .

⁵ A EMBRATUR, inicialmente Empresa Brasileira de Turismo, passou a status de Instituto Brasileiro de Turismo cuidando exclusivamente da promoção do Brasil no exterior.

⁶ DIAS, Reinaldo. *Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2003, apud Merigue, 2004

descentralização, ao não levar em conta a heterogeneidade social, cultural e econômica do território nacional, um dos motivos que dificultaria o estabelecimento de critérios para articular a descentralização de recursos e de poder".

Desde 1995, com o lançamento da Política Nacional de Turismo 1996/1999, a atividade passou a ser, prioridade estratégica para a geração de empregos e renda no país, e para a diminuição das desigualdades entre as diversas regiões brasileiras.

A partir de 2003, o turismo ganhou um ministério específico, o Ministério do Turismo, que lançou o Plano Nacional de Turismo (PNT), com a intenção de desenvolver esse setor para criar mais empregos, gerar divisas, reduzir as desigualdades regionais e redistribuir melhor a renda (Ministério do Turismo, 2003). O objetivo foi o de desenvolver o produto turístico com qualidade e estimular o seu consumo nos mercados nacional e internacional, diversificando a oferta e estruturando os destinos turísticos, ampliando e qualificando o mercado de trabalho.

O PNT pretende ser um plano com ampla participação da sociedade, elo entre os governos federal, estadual e municipal, as entidades não governamentais, a iniciativa privada e a sociedade no seu todo, portanto, amparando-se em parcerias e gestão descentralizadas. Baseia-se em 7 macro programas, cada um com sua câmara temática específica, voltada a apoiar projetos e ações no objeto de enfoque: (1) Gestão e relações institucionais; (2) Fomento (atração de investimentos e financiamento de projetos); (3) Infra-estrutura (implantação de equipamentos turísticos); (4) Estruturação e diversificação da oferta turística (criação de roteiros integrados, ampliação e fortalecimento de novos segmentos turísticos); (5) Qualidade do produto turístico (normalização da atividade e qualificação profissional); (6) Promoção e apoio à comercialização; (7) Informações turísticas (Ministério do Turismo, 2003).

Uma estratégia bastante animadora do PNT para o turismo brasileiro é a criação do Programa de Regionalização do Turismo (Roteiros do Brasil) que admite o seguinte:

O modelo de gestão adotado pelo Ministério do Turismo está voltado para o interior dos municípios do Brasil, para as suas riquezas ambientais, materiais e patrimoniais, e para as suas populações, em contraponto aos prejuízos impostos pela modernização. Esse propósito pode ser alcançado pela gestão compartilhada, pelo planejamento nacional construído a partir das especificidades locais com enfoque no desenvolvimento regional. Para tanto, devem ser criadas condições que propiciem a contribuição e a participação das várias esferas da sociedade, de modo a se chegar à oferta de produtos e serviços diversificados, qualificados e exigidos pelos mercados nacional e internacional (Ministério do Turismo, 2004).

Segundo definições de Merigue (2004), esse programa acarreta na formação de Arranjos Produtivos Locais Turísticos (APL Turístico) que são entendidos como aglomerações de destinações turísticas, empreendimentos e empresas, direta e indiretamente ligadas ao setor de turismo, de um determinado local ou região que, com foco no desenvolvimento da atividade turística em conjunto e com significativo grau de interligação e interdependência passam a reunir as seguintes características:

1. *A sinergia*, por meio da gestão compartilhada;

2. A *dimensão territorial*, espaço físico e político de suporte e articulação dos integrantes, em que ocorrem processos produtivos, inovativos e cooperativos;
3. Os *agentes econômicos e as instituições políticas, sociais e científico-tecnológicas*, importantes pela diversidade e complementaridade mantida por processos de divisão de trabalho do arranjo;
4. O *conhecimento tácito* que está incorporado nos agentes, organizações do sistema territorial apresentando forte especificidade local, originando-se da proximidade territorial e/ou de identidades culturais, sociais e empresariais;
5. O *aprendizado interativo*, meio gerador e difusor mais eficiente de conhecimentos e da ampliação da potencialidade produtiva e de inovação tecnológica dos agentes econômicos e outras instituições;
6. A *governança* vista como uma regra compartilhada dentro do APL, na medida em que envolve diferentes formas de coordenação entre os agentes e atividades, tanto na produção e distribuição de bens e serviços, como no processo de geração, disseminação e uso de conhecimentos e de inovações;
7. O *grau de enraizamento*, medido pelo nível de envolvimento e articulação dos diversos agentes e instituições do APL, Os elementos que determinam esse grau de envolvimento e articulação são o nível de agregação de valor, a origem e o controle das organizações e o destino da produção (local, nacional e estrangeiro).

Os APL Turísticos, por sua natureza, reúnem características sistêmicas, que possivelmente irão levá-lo a um êxito nos seus objetivos. Alguns estudos, entre os quais se destacam aqueles de Marshall (1982 apud Merigue, 2004)⁷, vêm demonstrando que as interações entre integrantes de um mesmo ramo da economia, quando ocorrem em situação de proximidade geográfica, podem obter maiores vantagens, em termos da atração de atividades subsidiárias e comerciais, consumidores de maior vulto, mercado constante para mão-de-obra especializada, intercâmbio de conhecimentos novos entre as empresas, que prepara o caminho para a divisão de trabalho. São condições de aglomeração, segundo Marshall (1982, p.234), em que "as forças sociais cooperam com as econômicas".

Para Santos (1996, p. 225), esses "arranjos espaciais", são espaços nos quais a solidariedade é obtida por via da circulação, do intercâmbio e do controle, constituindo um tipo de sistema, no qual a organização é quem mantém o comando de sua vida funcional. Para alguns economistas europeus que estudam esses sistemas territoriais de produção por processos de aglomeração territorial, essas vantagens podem ser ampliadas, quando a proximidade for acompanhada de uma lógica territorial baseada na cooperação organizada e aprendizagem interativa, de modo a disponibilizar e compartilhar competências no âmbito de todo o sistema. Nesse caso, as externalidades positivas tornam-se resultado dessas forças de aglomeração (Torre, 2003).

No tocante ao turismo, o êxito de um Arranjo Produtivo Local nos mercados turísticos regionais, nacionais e internacionais depende cada vez menos de suas vantagens comparativas e cada vez mais de suas vantagens competitivas, competindo em mercados tradicionais cada vez mais sofisticados e globalizados (Beni, 2003). Silva (2001, p. 65), vem corroborar essa afirmação quando salienta que:

⁷ MARSHALL, Alfred. *Princípios de economia: tratado introdutório*. São Paulo: Abril Cultural, 1982, apud Merigue, 2004.

Não só no ramo do turismo, como em qualquer atividade econômica, principalmente a partir desta década, as pressões do mercado estão cada vez mais acirradas. A globalização da economia traz como consequência uma crescente proliferação de produtos e serviços; cada vez mais a concorrência nacional e internacional aumenta.

Dessa maneira as empresas e destinações turísticas que se formam em um APL Turístico, passam a ter, além da proximidade física e da forte relação entre seus agentes locais, uma dinâmica econômica comum, realizando as mesmas atividades, beneficiando-se com o afloramento de mão-de-obra especializada e disponível em poucas regiões, a utilização das mesmas matérias-primas (Bedê, 2002), bem como o surgimento dos demais efeitos das dinâmicas de proximidade ou aglomeração citadas como categorias representativas dos APLs, que serão elementos importantes no enfrentamento das pressões de mercado e na gestão local do turismo.

A municipalização do turismo é um processo de desenvolvimento turístico da conscientização da população beneficiária das ações realizadas nos próprios municípios. Deste modo, ações estratégicas visam conscientizá-los sobre o fato de que somente possuir atrativos turísticos não é suficiente para que a atividade cresça. O turismo só poderá produzir benefícios sociais, econômicos, histórico-culturais e ambientais se for planejado e gerenciado dentro de um contexto regional, nacional e até internacional.

A dinamização das atividades turísticas associa-se hoje a uma parceria tripartite fundamental onde atuam povo, empresários e poder público. À medida que essa "aliança" solidificar-se, certamente, abrir-se-ão caminhos para soluções arrojadas capazes de reverter carências bastante sentidas pela própria população local, com conseqüentes melhorias não apenas sobre a qualidade de vida, mas principalmente na capacidade de atração de novos investimentos no setor turístico-hoteleiro, com benefícios diretos sobre a geração de emprego e renda.

A maioria dos municípios brasileiros tem no seu patrimônio natural, basicamente, sua fonte de lazer, que por ser explorado, ainda, na maioria das vezes de modo provinciano, acaba por não estimular grandes investimentos pela falta de retornos mais lucrativos, seja por parte do poder público, seja pela iniciativa privada.

Atrair, portanto, fluxos turísticos significa o primeiro desafio para alavancar grandes conquistas de ofertas culturais, de esporte e lazer para as diferentes localidades brasileiras o que, sem dúvida, acaba por gerar receita para a urbanização de vários espaços públicos beneficiando toda a comunidade (Custódio, 2001).

O desenvolvimento do turismo não será considerável para ser bem sucedido e sustentável se for deixado inteiramente nas mãos de empresários do setor privado, já que eles são basicamente motivados por objetivos de curto prazo, relacionados a lucros e perdas. Mas, por outro lado, se o desenvolvimento do turismo é dominado pelo setor público, provavelmente não se desenvolverá na taxa ideal, do ponto de vista da maximização dos benefícios econômicos. Deste modo, o planejamento do desenvolvimento do turismo exige cooperação e coordenação cuidadosa entre os setores público e privado. Levando em consideração planos mais flexíveis e com mais capacidade de resposta. De modo a facilitar os objetivos desejados, enquanto levam em

conta os fatores mutantes que influenciam não apenas os objetivos, mas também os meios para atingí-los (Cooper,2001, p.233).

Cooper (2001) diz que existe uma série de abordagens que podem ser adotadas quando se faz o planejamento do desenvolvimento de qualquer indústria ou economia. Pode-se assumir uma postura pró-ativa e desenvolver estratégias que garantam o caminho de desenvolvimento desejado. Esta estratégia requer uma compreensão profunda e minuciosa, não apenas da economia local e de suas estruturas e limitações e de seus pontos fortes, mas também dos efeitos prováveis dos fatores externos, de como eles podem influenciar no processo local de desenvolvimento e que forma esses fatores provavelmente assumirão. Alternativamente, pode-se adotar a postura reativa da teoria do caos. Esta abordagem está baseada na premissa de que existem variáveis demais, interna e externamente, para que seja possível planejar. Essas variáveis não podem ser controladas nem previstas com níveis suficientes de precisão. Portanto, é melhor desenvolver esquemas reativos para sermos capazes de atender ao inesperado, do que tentar um caminho pró-ativo, mas indeterminado.

A abordagem pró-ativa tem sido vinculada a quem está em treinamento em tomada de decisões, em simuladores de vôo, para que suas reações se desenvolvam de maneiras positivas e criativas. Os pilotos são treinados para voar em rotas e horários predeterminados, enquanto, ao mesmo tempo, são treinados para reagir de forma sensível à eventos inesperados. O mesmo procedimento pode ser dito sobre o planejamento do desenvolvimento turístico. “Basear-se puramente em soluções reativas é abandonar a perspectiva de otimizar o desenvolvimento turístico” acrescenta Cooper (2001).

2.3.2. Turismo Como Uma Forma de Redistribuição de Renda

O turismo é amplamente reconhecido como um dos mais rápidos meios de se obter moeda estrangeira e um dos fatores mais eficazes de distribuição no desenvolvimento internacional. Também considerado uma valiosa fonte de receita para aqueles países menores, em desenvolvimento, que encontram dificuldades em competir nos bons mercados existentes.

Segundo Cooper (2001) o turismo doméstico é um meio muito eficaz de distribuir renda entre áreas diferentes de uma economia nacional. Isto ocorre porque ele tende a acontecer nas áreas pitorescas menos populosas, onde há poucas indústrias manufatureiras. Portanto, o turismo oferece uma oportunidade para criar empregos e renda, em áreas com fontes alternativas limitadas.

Cooper ressalta que não é correto a literatura tratar do turismo internacional como um meio de redistribuição de renda. Na realidade grande parte do movimento turístico internacional acontece entre países industrializados. Em termos de debate Norte-Sul, os turistas saem dos países industrializados para visitar outros países industrializados, e o Sul tem uma parcela pouco significativa da riqueza criada pelo turismo internacional.

a) Turismo como uma indústria de mão-de-obra intensa

O Turismo utiliza grande quantidade de mão-de-obra, considerado um meio efetivo de geração de oportunidades de emprego, tanto para os países em desenvolvimento, com um excedente de mão-de-obra, como para países industrializados com altos índices de desemprego. Em um momento em que a relação entre capital e trabalho se move muito no sentido oposto ao trabalho na maioria das indústrias de produção, a importância do turismo como uma atividade que absorve mão-de-obra não pode ser negligenciada (Cooper, 2001).

O perfil do emprego em grandes hotéis, por exemplo, tende a proporcionar uma pirâmide ocupacional relativamente achatada. Isto significa que os postos de gerenciamento principais e intermediários são relativamente raros, se comparados com o alto número de empregados de baixa qualificação. Essa pirâmide ocupacional resulta em uma falta de avanço na carreira e, conseqüentemente, uma falta de motivação. Um ponto que também vale a pena ser considerado é a predominância de mulheres e jovens em estabelecimentos relacionados ao turismo. Deste modo, ainda que o turismo possa oferecer um meio rápido e pronto de aumentar o número de pessoas empregadas na economia local, sua contribuição para o desenvolvimento de longo prazo pode ser questionado. Portanto, ainda que os efeitos diretos do turismo no emprego possam estar sujeitos a algumas características limitadoras, os efeitos indiretos não sofrem da mesma forma.

b) Turismo e treinamento na empresa

Segundo Cooper (2001, p.237), o desenvolvimento de qualificação relacionada a viagens e hospitalidade no mercado local de trabalho provavelmente não apresentará grande demanda para os recursos educacionais. A qualificação educacional daqueles que estão empregados no setor de hospedagem é muito favorável para quem tem apenas uma formação fundamental. Isto não é desejável do ponto de vista do futuro da indústria, nem em termos do desenvolvimento geral da destinação. Há, muitas vezes, uma necessidade urgente de treinamento e educação em todos os níveis, tanto no setor privado como no público. Entretanto, a indústria tende a ignorar esta necessidade para desfrutar dos benefícios de um mercado de trabalho barato e abundante, e o setor público se preocupa mais com o objetivo de emprego de curto prazo, em vez de desenvolver uma força de trabalho qualificada e de boa educação. Existe uma necessidade inquestionável de educação e treinamento na indústria do turismo e hospitalidade e a dependência do trabalho sem qualificação, com o aprendizado no emprego, é responsável por muitos produtos turísticos de baixa qualidade. Estas destinações não conseguem competir com outras destinações turísticas de alta qualidade que, em conseqüência, são capazes de cobrar preços mais altos e desfrutar da alta demanda por seus produtos.

Do ponto de vista de um crescimento de curto prazo, e não de uma opção de desenvolvimento, a baixa qualidade da educação e o treinamento inadequado relacionados à indústria de turismo e hospitalidade tem implicações tanto positivas quanto negativas. No lado positivo, significa que a força de trabalho para o crescimento do turismo pode ser mobilizada de maneira relativamente rápida. O treinamento pode ser desenvolvido no próprio emprego. No lado negativo, a falta de qualificação educacional encontrada nas empresas relacionadas ao turismo significa que o crescimento dessa atividade não resulta necessariamente em uma mão-de-obra mais especializada – um dos

fatores considerados como um importante ingrediente no processo de desenvolvimento econômico (Cooper, 2001).

c) A estrutura da indústria do turismo

Uma das características mais marcantes da indústria do turismo é a importância das Pequenas e Médias Empresas (PME). A natureza do turismo como uma indústria de serviços pessoais tende a torná-la atrativa para empreendedores individuais ou familiares. A proliferação de pequenas empresas traz consigo vantagens e desvantagens. No primeiro caso, ela facilita começos rápidos e fornecedores flexíveis, quem podem responder a flutuação na demanda. Também é uma indústria que, para quem está do lado de fora, não parece tecnicamente assustadora e, assim, encoraja empreendedores iniciantes a entrar nela. Há poucas barreiras à entrada, espaço para a diferenciação de produtos e poucas exigências em termos de capital. Entretanto, estas vantagens também podem ser a fonte dos piores problemas da indústria em termos de:

- Treinamento inadequado de pessoal;
- Um quociente de endividamento sobre o patrimônio líquido muito alto, levando à falência de empresas; e
- Problemas de ineficiência causados por uma não-capitalização em economias de produção em grande escala.

d) Protecionismo

Outra característica do turismo refere-se à simultaneidade da produção e do consumo no turismo, de modo que, os turistas devem viajar até a destinação para desfrutar do produto, que torna o turismo único como indústria da exportação. Os consumidores de turismo internacional (o país exportador) geralmente não reconhecem que sua despesa turística no exterior é uma importação, não vendo-a, pois, como uma ameaça séria ao nível de emprego em seus países. Assim sendo, o turismo tende a escapar do perigo de ser escolhido para o protecionismo, ou seja, obstáculo à importação de produtos concorrentes, e a retaliação comercial, exceto como parte de uma política geral macroeconômica que restringe o câmbio de moeda estrangeira para corrigir problemas de balança de pagamentos.

e) Sazonalidade

Uma característica marcante do turismo em muitos países é a forma com que o nível de atividade flutua durante o ano. Esta não é uma característica exclusiva do turismo - a agricultura também é uma indústria acostumada a flutuações sazonais na atividade -, mas a maioria das indústrias não está sujeita ao grau de sazonalidade experimentado pelos estabelecimentos de turismo.

A sazonalidade do turismo se reflete em:

- emprego (equipe ocasional/sazonal);
- investimentos (retornos anuais de capital baixos);
- políticas de preços (descontos nos preços fora da temporada).

Cooper (2001) considera que do ponto de vista da economia, qualquer negócio sujeito a flutuações sazonais de demanda por seu produto enfrenta um dilema. Se adquirir recursos suficientes para atender à carga máxima de demanda, terá de ter capacidade produtiva extra para o resto do ano. Se aferir seus recursos de acordo com o nível médio de demanda, terá capacidade extra em parte do ano e não será capaz de atender ao nível máximo. Como alternativa, pode assumir recursos variáveis (equipe) para atender ao pico máximo de demanda e então, liberar estes fatores variáveis de recursos durante o período de baixa. Mesmo que seja atrativa do ponto de vista da perda do lucro, esta solução bastante comum não melhora as relações empregado/empregador. Existe, também, um desperdício inerente em contratar pessoal temporário a cada ano, investindo em recursos humanos (treinamento) e depois perdendo aquele investimento no final da temporada principal.

Para compensar parte destes custos associados à sazonalidade, muitos hotéis e operadoras oferecem férias em períodos de temporada baixa, com descontos altos em seus preços. Oferecendo preços mais baixos, é possível induzir visitantes a ir a uma destinação, em uma época que, de outra forma, eles não a visitariam. Entretanto, há limites para esse tipo de desconto. Em primeiro lugar, a receita que os estabelecimentos recebem nos períodos de baixa temporada deve pelo menos cobrir os custos variáveis de produção. Se este for o caso então, abrindo a temporada baixa, eles conseguirão manter seu pessoal e, talvez, fazer uma contribuição a seus custos fixos. Em segundo lugar, os descontos nos pacotes da baixa temporada não podem ser tão baixos a ponto de prejudicarem a procura pela alta temporada.

Existem também destinações que não sofrem com as variações sazonais, e isto lhes permite ter uma vantagem competitiva, possibilitando-lhes operar em uma determinada quantidade de atividade turística durante o ano todo, sem sofrer tantos impactos socioculturais e ambientais quanto seus competidores sazonais.

2.3.3. Níveis do Planejamento do Desenvolvimento

Segundo Cooper (2001:241) O planejamento do desenvolvimento turístico pode acontecer em níveis internacional, nacional e subnacional (Regional).

a) Planejamento turístico internacional

Em nível internacional, organismos como Organização Mundial do Turismo, União Européia, OECD, Caribbean Tourism Organisation (CTO) e Tourism Council for the South Pacific (TCPS) desenvolvem, ainda que limitadamente, formas de planejamento do turismo. Este nível de planejamento é muitas vezes fraco em estrutura e não é muito aplicado. Geralmente aparece na forma de linhas de ação para orientar os estados-membros.

b) Planejamento turístico nacional

O planejamento turístico nacional abrange os planos de desenvolvimento turístico para um país como um todo, mas muitas vezes inclui objetivos específicos para

regiões subnacionais ou tipos de áreas dentro de uma fronteira nacional. Os planos se manifestam por uma série de formas que incluem:

- políticas de turismo;
- estratégias de marketing;
- estrutura de impostos;
- esquemas de incentivos/ subsídios;
- legislação (por exemplo, emprego, investimento, repatriação de lucro);
- desenvolvimento de infra-estrutura;
- sistema de transporte e organizações externas e internas
- programas de educação/treinamento e força de trabalho.

c) Planejamento turístico regional/local

O planejamento turístico regional e local lida com questões específicas que afetam uma determinada área dentro de um país. Tende a ser muito mais detalhado e específico do que seu equivalente nacional e pode variar significativamente de área para área.

Os planos devem incluir em todos os níveis, uma avaliação de como a informação é transferida para o consumidor – o turista. Esta informação pode ser disseminada através de uma série de meios, incluindo a Internet, que está se tornando cada vez mais importante como uma ferramenta para o desenvolvimento e marketing do turismo. No entanto, tradicionalmente, os seguintes meios têm sido utilizados:

- centros de orientação aos visitantes;
- centros de informações turísticas;
- panfletos de divulgação, mapas, artigos de revistas e tele/radiofusão;
- roteiros e trilhas autoguiadas;
- guias oficiais;
- cartazes.

Os meios acima podem ser considerados como possibilidades de ganhar a atenção do visitante e podem ser utilizados para dar apoio a programas mais formais, coordenados por autoridades de turismo. (Cooper , 2001, p.241/242).

2.3.4. O Turismo Como Importante Aliado no Aumento Arrecadatório

De acordo com Custódio (2001), desde a instalação de um município, independentemente do seu porte, tem início o processo de arrecadação de suas receitas e de realização de seus dispêndios e, conseqüentemente, a materialização da ação governamental.

Em linhas gerais, observa-se que entre Fontes de Receita, destacam-se pela regularidade de seus fluxos e significação financeira, as provenientes do que se costuma chamar participação automática no produto da arrecadação dos impostos de competência do Estado (imposto sobre circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação - ICMS), e da União (impostos de renda - IR e sobre produtos industrializados - IPI) e da capacidade de instituir e arrecadar alguns tributos, dos quais sobressaem os impostos prediais e

territoriais urbanos - IPTU e sobre serviços de qualquer natureza - ISS. Resumidamente, entende-se as principais receitas municipais como sendo aquelas procedentes das (1) receitas tributárias como impostos, taxas, contribuições de melhorias e outras e (2) transferências correntes por parte da União (FPM -Fundo de Proteção Municipal; ITR - Imposto Territorial Rural; IR; IPI) e do Estado (ICMS; IPVA - Imposto sobre Veículos Automotivos; IPL, outras).

Embora o ingresso das receitas transferidas seja institucional e automatizada (participação automática), foge ao campo de ação dos governos locais a administração dos impostos de cuja arrecadação participam. Assim, decisões dos governos da União e do Estado concedendo isenções, deferimentos e outras formas de renúncia fiscal, por exemplo, podem abalar seriamente o fluxo e a significação financeira dessas fontes. Ademais, a União e, também, os Estados estão mais tendentes a transferir para os municípios encargos que ora suportam e, paralelamente, dispostos a reduzir as transferências negociadas através de convênios, tornando clara a perspectiva de redução de ingresso de recursos financeiros externos, o que vem preocupando todos os níveis de governo uma vez que, invariavelmente, as principais receitas dos municípios brasileiros são provenientes das transferências das esferas superiores de competência, onde em muitos casos, o Fundo de Proteção Municipal (FPM), traduz-se na principal fonte de receita.

Aumentar, portanto a sua capacidade arrecadatória, deveria ser pauta obrigatória dos governos municipais, de modo a tornarem-se menos dependentes das instâncias maiores de poder, minimizando os déficits públicos, reduzindo os riscos de novo processo inflacionário com conseqüente desvalorização da moeda brasileira.

Neste contexto, Custodio (2001) acrescenta que o Turismo aparece como a principal atividade econômica capaz de alavancar tal processo. É importante salientar que até o início do terceiro milênio, o turismo classificava-se como ramo de atividade integrante do setor terciário da economia (comércio e prestação de serviços). No entanto, hoje a expansão do conhecimento e das atividades de entretenimento inseridas em um mundo globalizado, acabou por "promover" este ramo de atividades. Sendo assim, a atração de grandes projetos de investimentos temático-turístico e hoteleiros para os municípios que apresentem vocação e/ou potencial turístico constitui-se no maior desafio para as gestões públicas imbuídas do propósito de aumentar seu potencial arrecadatório proveniente dos impostos como IPTU, ISS, Taxas e outros, bem como ampliar a geração de emprego e renda autóctones (indígenas).

Sendo assim, ratifica-se a necessidade da elaboração dos Planos Diretores Turísticos Municipais, no bojo do planejamento e organização territorial para as atividades turísticas.

2.3.5. Planos Diretores Turísticos Municipais: uma exigência legal

Instrumento orientador e normativo para a demarcação de áreas voltadas ao aproveitamento de atividades turísticas, bem como de equipamentos de infra-estrutura afins, os Planos Diretores Turísticos Municipais acabaram por se constituir em documento de ordem legal a ser apresentado pelos municípios a serem financiáveis pelos programas para desenvolvimento turístico.

A reboque das deliberações normativas estabelecidas em capítulo específico na constituição Federal Brasileira promulgada em outubro de 1988, que institui que

"o Plano Diretor, aprovado pela Câmara Municipal, é obrigatório para cidades com mais de 20.000 habitantes, constituindo-se em instrumento básico da política de desenvolvimento e expansão urbana" Custódio (2001) .

Neste sentido, após amplos debates de conscientização dos poderes locais, a elaboração dos Planos Diretores Turísticos Municipais passa a ser imprescindível para que os municípios sejam contemplados no âmbito deste e de outros programas de investimentos no setor turístico. Desse modo, constam das deliberações normativas da ABBTUR - Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo não somente esta exigência legal, como estabelece que todo Plano Diretor Turístico Municipal tenha a participação e responsabilidade técnica do Turismólogo. Trata-se de uma conquista da categoria profissional que passa a exercer sua competência dentro das equipes multi e interdisciplinares nos escritórios de planejamento urbano e regional, bem como nas secretarias municipais e estaduais de turismo.

- As Fases Pertinentes do Planejamento Turístico

Segundo Custódio (2001), dificilmente consegue-se uma definição que possa ser aceita, unanimemente, de planejamento ou planificação. A definição que se segue não pretende ser completa nem a melhor. É apenas um ponto de apoio à uma série de considerações a respeito de seu conteúdo implícito e explícito, que nos permitirão conceituar "planejamento" na visão do planejador urbano e urbanista. "Em um sentido mais amplo, é um método de aplicação contínuo e dinâmico, destinado a resolver, racionalmente, os problemas que afetam uma sociedade situada em determinado espaço, em determinada época, através de uma previsão ordenada capaz de antecipar suas posteriores conseqüências".

Para Custódio o planejamento do desenvolvimento do turismo pressupõe hierarquicamente a (1) pesquisa de dados, (2) análise preliminar, (3) diagnose, (4) prognose, (5) proposição de projetos setoriais e/ou planos. De uma maneira geral, pode-se considerar para cada uma dessas etapas as seguintes definições e competências:

a) Pesquisa:

Pesquisa de dados existentes e coleta de dados de ordem primárias e secundárias. Os dados secundários são aqueles obtidos através de fontes bibliográficas, divulgadas por fundações, secretarias de planejamento, instituições de pesquisa ou demais editores específicos. Os dados primários são aqueles obtidos através de trabalhos de campo, visando a complementação e, na maioria das vezes, a atualização dos secundários.

- **Análise Preliminar:** Etapa na qual deverão ser processados todos os dados levantados até então, de modo que seja possível apresentar fácil leitura e compreensão. Utiliza-se a terminologia "preliminar", apenas para caracterizar a primeira análise sintética dos dados primários e secundários levantados, uma vez

que a análise se faz presente por todas as demais fases do processo de planejamento;

- **Diagnose:** Elaboração de diagnósticos. É a fase do planejamento que consiste em analisar os diversos aspectos temáticos pertinentes ao planejamento almejado, através dos indicadores, cujos dados foram acessados no levantamento de dados. Esta análise temática itemizada permitirá saber futuramente, como, quando e onde atuar. Trata-se, como muitos autores citam, de "um retrato da realidade". Existem diversos métodos a serem usados na diagnose;
- **Prognose:** Uma vez elaborado o diagnóstico da situação atual, a fase de prognose contemplará uma análise da situação futura, tentando relacionar fenômenos. Pode-se citar como exemplo, cálculos estimativos de crescimento populacional durante determinado período de tempo;
- **Proposição de Projetos Setoriais e/ou Planos:** Elaboração de diretrizes norteadoras da(s) ação(ões) a serem empreendidas a partir da apresentação de objetivos, justificativas, abordagens metodológicas, sistemáticas de implantação, articulação institucional e custos.

Cooper (2001) relaciona que as necessidades de dados para o planejamento de desenvolvimento são bastante amplas e incluem:

1. características dos turistas/ padrões de viagens;
2. atrações turísticas;
3. instalações de hospedagem;
4. outras instalações turísticas;
5. disponibilidade e uso da terra;
6. estrutura econômica – todos os setores;
7. necessidades e disponibilidade educacionais e de treinamento;
8. indicadores ambientais;
9. características socioculturais;
10. investimento e capital disponível – todos os setores;
11. organizações dos setores públicos e privados;
12. legislação e regulamentações relevantes.

Segundo Cooper:

Uma vez tendo sido coletados os dados, eles são analisados através do exame de um amplo leque de questões. As principais questões a serem consideradas geralmente caem dentro de quatro áreas:

Avaliação do potencial turístico. Esta área da análise examina o estoque de recursos potenciais e existentes, as formas pelas quais eles podem ser desenvolvidos e os prováveis limites a este desenvolvimento. A avaliação de potencial também deve incluir um exame da infra-estrutura, para que se determine se é necessário maior investimento. Esta avaliação deve começar com uma abordagem ampla que examine os recursos através de uma série de setores e seus usos alternativos. A avaliação poderia, então, dirigir seu foco para os recursos relacionados ao turismo e como eles deveriam ser melhor empregados dentro daquela estrutura.

2. Análise de mercado. A análise de mercado é claramente um componente crucial de um plano de desenvolvimento sólido. A análise de mercado realizada durante o planejamento do desenvolvimento turístico tem, às vezes, um alcance estreito demais para ser de uso ideal. Entre as questões iniciais que precisam ser

abordadas estão as tendências de mercado globais e regionais e as tendências do próprio país por tipo de atividade turística. Outra questão fundamental é "por que os turistas vêm a esta destinação?" Muitos planos de desenvolvimento feitos no passado basearam-se no pressuposto de fatias de mercado constantes e este não é um pressuposto válido. Para avaliar os planos de desenvolvimento, deve-se tentar determinar se os empreendimentos propostos são apropriados, os mercados que provavelmente serão atraídos por eles, além do nível de preços e a estrutura tarifária que deveria ser adotada. A análise de mercado também deve incorporar um estudo de evoluções em mercados competitivos e/ou em modalidades competitivas de transporte. Geralmente estas questões serão tratadas em um estudo de vantagem competitiva e comparativa que incorpore uma análise dos pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças (matriz SWOT⁸).

3. Planejamento de desenvolvimento. Uma questão fundamental a ser estudada sob este título é a programação das fases do plano de desenvolvimento, para garantir uma implementação de sucesso. As fontes possíveis de fundos para o desenvolvimento são examinadas e calcula-se o nível apropriado de fundos estrangeiros (se houver). A seção de análise engloba todas as questões, como o número de empregados dos estrangeiros, a estratégia de marketing a ser adotada, os incentivos a investimentos, as estruturas organizacionais e os programas de treinamento.

4. Análises de impacto. As análises de impacto devem ser muito abrangentes, cobrindo questões como os efeitos prováveis que o desenvolvimento terá sobre a comunidade anfitriã e o meio ambiente, as implicações econômicas, em termos dos principais indicadores (emprego, renda, receitas do governo e fluxos de moeda estrangeira), e as prováveis taxas de retorno econômico. As análises também deveriam examinar os riscos envolvidos e a sensibilidade dos resultados às mudanças nos cenários previstos. A integração das análises de impactos econômico, ambiental e sociocultural é um avanço vital nas ferramentas de planejamento do turismo que aconteceu nos últimos anos do século XX. A incorporação de um modelo de previsões, de forma que impactos econômicos, ambientais e sociais futuros possam ser avaliados, é igualmente crucial. Os pesquisadores do turismo estão constantemente tentando desenvolver ferramentas de planejamento melhores para utilização no desenvolvimento do turismo e os modelos, como os desenvolvidos no *International Centre for Tourism and Hospitality Research, Bournemouth University*, cumprirão um papel importante em oferecer uma estrutura para futuros exercícios de planejamento do turismo.

As análises expostas acima são de natureza qualitativa e quantitativa, e a maioria destas questões deve ser enfrentada antes que se avance para a formulação de recomendações em termos de políticas. (Cooper, 2001)

b) Política e formulação de planos

O processo é de formular esboços de planos com base em cada opção de política derivada das análises. Os planos alternativos são avaliados em termos de seus custos e benefícios potenciais econômicos, físicos e socioculturais, juntamente com qualquer área problemática que possa resultar da implementação de cada plano. Os planos que

⁸ SWOT é a sigla de strength, weakness, opportunities e threats, que significam pontos fortes, pontos fracos, oportunidade e ameaças, respectivamente.

atingem a maioria dos objetivos ao mesmo tempo em que não expõem a destinação à sérios problemas potenciais são selecionados e acabados, ou seja, completado em detalhe. Por fim um plano “preferido” é desenvolvido.

c) Recomendações

O plano preferido que foi selecionado com base nas análises é submetido pela equipe de planejamento às autoridades, juntamente com recomendações relacionadas com os métodos ideais para desenvolver o turismo na destinação e, atingir os objetivos do plano. Durante esse processo de discussão, o plano final de desenvolvimento é formulado, sendo imprescindível a comunicação permanente entre a equipe de planejamento e as autoridades.

d) Implementação do plano

Os métodos de implementação do plano de desenvolvimento serão avaliados durante a maioria dos estágios de sua construção. Desta forma, durante o estágio de pesquisa dos dados secundários, se deverá prestar atenção a muitos aspectos que dizem respeito à implementação - como as estruturas legislativas e de regulamentação existentes. No momento em que se atinge este estágio de implementação, todos os controles necessários de legislação e regulamentação terão sido colocados em funcionamento. Além disso, os métodos usados para facilitar o debate e as discussões públicas relacionadas ao desenvolvimento, terão sido delineados e um mecanismo de investigação e apelação terá sido estabelecido. Durante o estágio de implementação, uma atenção especial deverá ser dada à organização das fases do plano e o caminho da análise crítica terá ressaltado áreas que poderão ser motivo de preocupação.

e) Monitoramento e reformulação

Uma vez implementado o plano de desenvolvimento, ele deverá ser monitorado de perto, para detectar quaisquer desvios que possam ocorrer no caminho projetado para o desenvolvimento. Quaisquer desvios deste tipo, e alguns provavelmente acontecerão, devem ser analisados para avaliar de que forma afetarão o plano de desenvolvimento e seus objetivos. Completada esta análise secundária, a equipe de pesquisa pode se reportar às autoridades, com as recomendações de como o plano e suas recomendações em termos de políticas devem ser modificados para que se possa continuar na direção escolhida. Fatores internos e externos poderão influenciar o desempenho da estratégia e é importante que os sistemas de monitoramento capacitem os pesquisadores a estarem completamente informados acerca das mudanças relevantes. Além disso, mesmo no caso dos planos mais bem acabados, eventos inesperados acabam acontecendo e é aqui que as habilidades reativas dos pesquisadores e dos formuladores de políticas entram em cena. Por exemplo, pode haver aparecimento de doenças que sejam de importância internacional (a praga na Índia), atividades terroristas (Nova York, Londres e Cairo) ou agitação política (Sri Lanka e Paris): o que fará com que fluxos de turistas internacionais se desviem de seu caminho esperado. Mesmo fatos novos positivos em países competidores, como a liberalização da África do Sul, podem ter efeitos imprevistos em outras destinações. É importante que a equipe de pesquisadores esteja ciente do quão sensível é a estratégia em relação a cada uma das variáveis e a melhor forma de reagir a tais eventos. Mesmo assim, o plano de turismo provavelmente enfrentará fatos

inconcebíveis, diante dos quais a equipe de pesquisadores e os formuladores de políticas terão que confiar na intuição!

f) A equipe do plano de desenvolvimento

A equipe do plano de desenvolvimento precisará de considerável grau de especialização na formulação deste tipo de plano. Em geral, a equipe será formada por quatro grupos de especialistas, dentro das quatro categorias amplas: serviços técnicos, especialistas em marketing; planejadores e economistas. Mais detalhadamente, a provável composição dos especialistas irá incluir:

- analistas de marketing;
- planejadores físicos;
- economistas;
- cientistas ambientais;
- engenheiros de infra-estrutura;
- engenheiros de transporte;
- cientistas sociais;
- projetistas e *designers*;
- especialistas em legislação.

Cooper destaca que, o plano será construído durante um determinado período de tempo, e este tempo pode ser dividido em cinco fases distintas.

1. Identificação e inventário da situação existente. Esta fase inclui:

- a) características e estrutura da atual demanda de consumo;
- b) estudo sobre a escolha dos consumidores;
- c) atuais posse, controle e uso da terra;
- d) atrações naturais e artificiais existentes;
- e) fatores do ecossistema - particularmente aqueles considerados vulneráveis;
- f) estruturas econômicas e os limites de capacidade das indústrias;
- g) perfil de capacitações e base educacional da força de trabalho, juntamente com disponibilidade;
- h) estrutura de hospedagem;
- i) estrutura de serviços turísticos;
- j) infra-estrutura e suas capacidades;
- k) estrutura de transporte e suas capacidades;
- l) apresentação descritiva do inventário físico.

Os dados acima serão utilizados para estabelecer a adequação da estrutura e das instalações existentes, a classificação e a organização de custos destas instalações (juntamente com um índice de padrões alcançados no presente), e o impacto econômico da atual atividade turística. Isto irá levar à segunda fase.

2. Previsões para o futuro. Esta fase incluirá previsões da demanda e prováveis movimentações e necessidades turísticas futuras. Isto será complementado pela análise das implicações para futuros índices de produção de cada serviço ou mercadoria relevante, juntamente com as necessidades infra-estruturais. Padrões de serviço previstos serão examinados e as previsões econômicas das repercussões locais estimadas.

3. Formulação do plano. A formulação do plano incluirá programas propostos de organização e promoção de mercado, uso da terra e planejamento de controle

abrangentes, planos estruturais detalhados e avaliações econômicas, ambientais e sociais associadas ao plano de desenvolvimento proposto. Mais uma vez, provavelmente irá incluir uma apresentação descritiva do uso da terra e infra-estrutura, juntamente com um mapeamento dos impactos sociais e dos limites impostos pelas considerações ambientais.

4. Desenvolvimento de projetos específicos. Esta fase incluirá uma análise de políticas e projetos específicos para o marketing e o gerenciamento turístico. Os planejadores físicos e os arquitetos irão apresentar seleções de layouts alternativos relacionados a projetos específicos e serão desenvolvidas soluções alternativas para problemas de desenvolvimento de infra-estrutura. Os custos de projetos alternativos e esquemas infra-estruturais serão avaliados, juntamente com a análise econômica dos vários projetos de investimento possíveis. Uma vez que os projetos específicos tenham sido selecionados a partir de várias alternativas, eles serão submetidos, mais uma vez, a apresentações descritivas. As questões ambientais locais serão avaliadas e se estabelecerão métodos para amenizar os problemas. Exemplos de ações de planejamento ambiental poderiam ser bastante amplos, como o tratamento de esgotos e a qualidade da água, ou altamente específicos, como o planejamento prévio de trilhas para caminhadas com o objetivo de evitar erosão grave. Questões relacionadas a programas de orientação de visitantes, gerenciamento de visitantes e interpretação serão todas consideradas e determinadas nesta fase.

5. Implementação. O programa de implementação será colocado em andamento, com construção e supervisão, assistência técnica e gerencial em projetos de desenvolvimento turístico e análise financeira, e o programa de investimento em infra-estrutura terá início. O estágio de implementação incluirá o estabelecimento de atividades contínuas de monitoramento e reavaliação para garantir que a estratégia esteja funcionando de forma ideal, de modo que os ajustes possam ser feitos rapidamente no caso de mudarem as circunstâncias (interna ou externamente).

2.3.6. Planejamento do Desenvolvimento Turístico: quando dá errado!

Cooper (2001) enfatiza que um grande número de planos de desenvolvimento turístico acaba fracassando, nos mais variados graus. Dado ao fato de que tais planos operam em um ambiente que está em constante mudança por causa de forças que agem fora do controle das autoridades, muitas vezes fora da área geográfica da destinação, talvez isto não seja uma surpresa. No entanto, em muitos casos, eles fracassam devido ao próprio plano de desenvolvimento. De acordo com o autor, as discussões sobre este último tipo de fracasso podem ser divididas em duas categorias: fracasso no estágio de projeto ou no estágio de implementação.

a) Fracasso do plano no estágio de projeto

Muitos planos de desenvolvimento turístico que fracassam, o fazem porque no estágio de projeto seguem não mais do que a formulação básica do desenvolvimento turístico. Consideremos que um plano básico de desenvolvimento turístico estruturado irá oferecer uma base geral para investimentos estaduais ou municipais/locais e auxiliará a guiar e avaliar as propostas dos empreendedores privados. Entretanto, este tipo de estrutura de plano carece do detalhe analítico e do alcance necessários para o sucesso de um plano de desenvolvimento turístico. Muitas vezes, esta ausência de componentes

analíticos é um reflexo dos órgãos de planejamento que desenvolvem a construção do plano, os quais não têm especialização nem experiência em planejamento.

Mais importante, o plano não apresenta claramente seus objetivos - os objetivos devem ser factíveis, não-ambíguos ou conflitantes. O plano não leva em conta, também, as questões mais amplas relacionadas aos impactos sociais e ambientais, pois é motivado exclusivamente por seus retornos financeiros. Um dos riscos de se fazerem planos de desenvolvimento com o objetivo de buscar investimento financeiro é de que a visão míope de lucros e perdas podem fazer com que os planejadores deixem de lado algumas das questões fundamentais envolvidas. Isto poderá muito bem resultar em um plano que fracasse tanto financeiramente quanto estruturalmente.

Este plano de desenvolvimento não leva em consideração o impacto do turismo na comunidade anfitriã, no meio ambiente e na economia. Os projetos são avaliados apenas sobre uma base financeira (contabilidade de lucros e perdas) e não levam em conta os custos e os benefícios sociais.

Coloca-se muita ênfase no desenvolvimento físico, ou seja, desenvolvimento turístico baseado na oferta, sem a adequada consideração dos retornos de investimento de capital e efeitos sobre o mercado. A estrutura do plano não faz uma avaliação adequada de mercado. A abordagem geral que examina fluxos de turistas dos países geradores e projeta adiante para períodos futuros, partindo do pressuposto de que todas as destinações irão receber sua fatia justa, não trata a questão fundamental de *porque as pessoas querem vir a esta destinação em particular*. Se não houver o tratamento desta questão, as projeções futuras poderão estar bastante mal direcionadas.

b) Fracasso no estágio de implantação do plano

Os problemas encontrados no estágio de implementação do plano são relacionados em grande parte, mas não exclusivamente, às avaliações erradas em relação ao uso da terra e ao seu controle. O turismo é, afinal, uma atividade muito ligada ao desenvolvimento imobiliário. Os tipos de dificuldades relacionadas à terra encontrada durante o estágio de implementação incluem:

- Mais preocupação com a especulação imobiliária do que com a operação da estrutura turística.
- Endividamento sobre o patrimônio líquido, que pode levar à falência financeira;
- Falta de condições para garantir o cumprimento da legislação;
- “vazamento” das informações a respeito dos locais escolhidos para implementação do plano de desenvolvimento, podendo haver especulação e inflação no preço da terra.
- Má comunicação e infra-estrutura;

Um dos cenários mais comuns gerados por um mau planejamento turístico é a superexploração - quando os limites da capacidade de carga de uma destinação são ultrapassados.

Esses excessos tendem a levar a um declínio na qualidade do produto turístico e, em última análise, a um declínio na "qualidade dos turistas", que estarão associados a impactos indesejados e despesas menores. Sob tais circunstâncias, a destinação pode deparar-se com alguns ou todos os seguintes impactos:

- desequilíbrio ecológico por uso excessivo dos recursos;

- eclosão de doenças por falhas na infra-estrutura;
- congestionamentos, filas e ineficácia econômica;
- deterioração do ambiente natural e artificial, pelo uso excessivo;
- ressentimento em relação aos turistas;
- aumento de atividades criminosas;
- destruição dos valores da comunidade anfitriã;

Ainda que alguns dos problemas acima possam ser diminuídos, como melhorias na infra-estrutura para reduzir os riscos à saúde provocados por falhas no tratamento de água e esgotos, outros não podem. Os efeitos da superexploração podem ser minimizados, entretanto, desviando pressões. Por exemplo, desequilíbrios ecológicos podem ser tratados através de:

- gerenciamento adequado do fluxo de visitantes;
- cercamento de áreas sujeitas ao uso excessivo;
- fornecimento de rotas e instalações alternativas para os turistas, para aliviar outras;
- dispersão dos turistas em áreas mais amplas ou deslocamento para outras;
- zoneamento de atividades relacionadas ao turismo;
- educação dos turistas e anfitriões para limitar os danos socioculturais; e
- encorajamento do envolvimento local mais positivo nas atividades turísticas

Cooper reforça que uma das técnicas mais experimentadas é a do controle de acesso - o volume ou o fluxo de turistas pode ser controlado economicamente através de preços ou fisicamente, por fechamentos, limitação de espaços para estacionamento e transporte ou pela definição de quotas.

Há, evidentemente, perigos relacionados a essas ações corretivas. Por exemplo, a dispersão dos turistas para outras áreas ou para áreas mais amplas pode espalhar as sementes para problemas maiores se a fonte da superexploração não for controlada. A dispersão temporal dos turistas, ampliando a temporada turística, pode reduzir o tempo que algumas destinações necessitam para se recuperar da atividade da indústria. O redirecionamento dos fluxos de turistas poderá aliviar áreas prejudicadas a curto prazo, mas apenas para substituí-las por outras áreas prejudicadas a longo prazo. O zoneamento traz muitas limitações e problemas, especialmente nas áreas de fronteiras. Portanto, quando as ações corretivas são implementadas, elas devem ser vistas como métodos de curto prazo para aliviar os problemas, até que se resolva a verdadeira fonte de problemas.

Por fim, Cooper destaca que, a questão da qualidade deve permear todos os aspectos do planejamento de desenvolvimento turístico. A qualidade é fundamental para o planejamento de turismo bem-sucedido e deve manifestar-se na natureza e na estrutura dos planos, nas instituições educacionais que formam a mão-de-obra e o pessoal de gerenciamento e no monitoramento e avaliação do processo de desenvolvimento turístico. Há destinações que devem sua vantagem competitiva à qualidade de seu produto turístico e utilizam a "qualidade" como uma forma de diferenciação de produto. No entanto, quando a qualidade é o único fator que leva à competitividade, o desenvolvimento da destinação está vulnerável, porque a qualidade é alcançável também por outras destinações. Isto quer dizer que a qualidade deveria ser considerada como uma parte vital de qualquer estratégia de desenvolvimento turístico, se quisermos que tenha sucesso em longo prazo.

2.3.6. O Conceito de Desenvolvimento Sustentável no Âmbito das Atividades Turísticas

Cooper afirma que, muito do que se diz sobre desenvolvimento sustentável é consistente do ponto de vista acadêmico. A noção de que devemos ter os olhos nas futuras gerações ao planejarmos o consumo de recursos finitos é recomendável para todas as atividades de produção e consumo, e não apenas para o turismo.

A Comissão Mundial de Ambiente e Desenvolvimento, em 1987, definiu sustentabilidade como “atender às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender às suas próprias necessidades”. Podemos observar que o conceito de sustentabilidade exige uma visão de longo prazo e garante que o consumo do turismo não exceda a capacidade da destinação de receber turistas futuros, ou seja, um intercâmbio entre as necessidades presentes e futuras.

O termo desenvolvimento sustentável é uma designação imprecisa e já levou a muita confusão. O desenvolvimento já foi confundido com a idéia de crescimento e que fez com que muito se publicasse proclamando o brado do desenvolvimento sustentável.

Segundo Cooper (2001), o desenvolvimento tem que ser sustentável para que possa ser classificado como desenvolvimento, ao contrário será apenas crescimento de curto prazo. [...] “Podemos dizer que o desenvolvimento do planejamento sempre esteve relacionado com as questões da sustentabilidade e que apenas o mau planejamento deu tanto impulso a estes debates recentes”.

A respeito, Custódio (2001) comenta:

No setor turístico, algumas expressões como: desenvolvimento sustentável, ecoturismo e globalização vêm sendo freqüentemente utilizadas no meio acadêmico de maneira bastante abrangente sem, contudo serem, de fato, entendidas e aplicadas no mundo profissional.

De acordo com Custódio (2001), a questão da sustentabilidade, há que se entender a importância do seu conteúdo na prática, para visualizar a grande responsabilidade que recai sobre o setor turístico. O conceito de *desenvolvimento sustentável* ancora-se sobre a lógica da interface entre três importantes processos, insistentemente perseguidos, por todas instâncias de governo quais sejam: (1) alcançar o crescimento econômico; (2) com equidade social e (3) mediante o equilíbrio ecológico, Este é sem dúvida o grande desafio! O Turismo apresenta-se como a alavanca mestra neste contexto, sendo certamente o setor da economia com maior potencial para investimentos, grande capacidade de alocação de mão-de-obra e uma das poucas "Indústrias" não poluentes do planeta, se praticado dentro de corretas normas de manejo.

Para Cooper (2001,142), a sustentabilidade, ainda, não tem sido uma prioridade, se comparada com a busca de crescimento e de lucro de curto prazo. Mas com o aumento da pressão por um turismo mais responsável por parte do consumidor, das autoridades públicas e de movimentos no sentido de avaliação de impacto ambiental, tornam difícil que tais visões de curto prazo a respeito do consumo possam continuar.

Cooper evidencia que, dois conceitos fundamentais são imprescindíveis, para entender como se apresentam destinações turísticas sustentáveis:

a) Capacidade de carga

b) Planejamento de longo prazo (estratégico)

b) Capacidade de carga

A capacidade de carga de um local refere-se à sua capacidade de absorver o uso pelo turismo sem deteriorar-se. É a capacidade que intervém no relacionamento entre o turista e o recurso turístico, ou destinação.

A capacidade de carga é definida como “o número máximo de pessoas que podem utilizar um local sem uma alteração inaceitável do ambiente físico e sem um declínio inaceitável na qualidade da experiência dos visitantes”

O principal problema da capacidade de carga é que o conceito é fácil de entender, mas muito difícil de pôr em prática, por ser uma decisão administrativa. Administradores da destinação turística, assim como os próprios turistas, decidem o que é inaceitável e quando a qualidade da experiência declinou.

- Tipos de capacidade de carga

1) Física

Relaciona-se com a quantidade de terrenos sustentáveis que estão disponíveis para as instalações, e também inclui a capacidade finita destas instalações (tais como vagas para estacionamento, lugares em restaurantes ou leitos em hospedagens). Pode ser utilizada para planejamento e controle de gerenciamento.

2) Psicológica ou perceptiva

A capacidade de carga de um local é ultrapassada quando a experiência de um visitante é significativamente prejudicada. Algumas pessoas toleram lugares cheios, enquanto outras os rejeitam. Portanto é um conceito muito individual, e difícil de influenciar através do planejamento e gerenciamento, ainda que o paisagismo possa ser usado para diminuir a impressão de superlotação.

3) Biológica

A capacidade biológica de um local é excedida quando o dano ou a perturbação ambiental é inaceitável. Isto pode estar relacionado com a fauna e a flora, por exemplo, em locais de piqueniques, em trilhas, ou em ecossistemas de dunas. Existe mais pesquisa examinando os limites de capacidade de vegetação do que a tolerância de animais ou pássaros ao turismo (por exemplo, em locais de observação de baleias). Também é importante levar em consideração o ecossistema total, ao invés de elementos individuais.

4) Social

O conceito de capacidade de carga social é derivado das idéias de planejamento e sustentabilidade de turismo com base em comunidades. Tentam-se definir os níveis de desenvolvimento que seriam aceitáveis para os residentes e as empresas da comunidade anfitriã e podem-se utilizar técnicas que tentam medir os limites máximos dos residentes para aceitar mudanças.

c) Planejamento estratégico

Cooper (2001) cita que talvez a questão central, neste caso, seja a mudança gradual de mentalidade e gerenciamento, de curto prazo para longo prazo, na destinação. Não é mais aceitável, para a indústria, explorar e usar as destinações e depois seguir adiante, como já aconteceu, por exemplo, em algumas áreas litorâneas da Espanha.

Esta mudança de perspectiva, afastando-se do curto prazo, levou a um entendimento da importância de assumir uma abordagem estratégica dos mercados e do gerenciamento das destinações. É possível construir estratégias adequadas para as destinações, em cada estágio de seu ciclo de vida, de maneira que sua fórmula seja constantemente revisada e ajustada para desenvolver turismo sustentável em cada um desses estágios. Esta perspectiva de longo prazo proporciona controle e responsabilidade para impedir que a destinação exceda sua capacidade e o inevitável declínio que se segue, na visitação, não aconteça. Em outras palavras, o que está em questão é a construção de uma visão estratégica de uma destinação.

As características definidoras da abordagem de planejamento estratégico são:

- a adoção de uma perspectiva de longo prazo;
- o desenvolvimento de um plano holístico e integrado, que controle o processo de mudança, através da formação de objetivos;
- e um processo de decisão formalizado, enfocando a alocação de recursos, que comprometem a destinação com um curso de ações futuras.

Em termos de adoção de princípios de turismo sustentável, os benefícios da abordagem estratégica da destinação são claros:

- O processo de definição de objetivos proporciona um sentido comum de propriedade e direção para grande parte dos interessados, ao mesmo tempo em que afina os objetivos orientadores da destinação.
- A coerência proporcionada pela abordagem oferece uma estrutura para iniciativas conjuntas entre os setores comercial e público e exige uma identificação clara dos papéis e das responsabilidades.
- Por fim, a abordagem produz uma série de indicadores de desempenho com os quais o desempenho da destinação pode ser comparado.

Todavia, a introdução de uma perspectiva de planejamento estratégico de longo prazo em destinos turísticos é problemática. Colocando de forma simples, a adoção de planejamento estratégico na destinação não é tão direta quanto em uma organização comercial, na qual responsabilidades e a hierarquia são bem definidas (Cooper, 2001).

Cooper (2001, p. 152) conclui que a destinação é um elemento crucial do sistema turístico. Não apenas oferece um ponto focal para a atividade turística, mas representa também o fator de “atração” para o turista. O tipo de turista que é atraído a um local será determinado pela qualidade e combinação das atrações, superestrutura e infraestrutura presentes e, conseqüentemente, o papel do planejamento e do gerenciamento no todo do produto turístico na destinação é crucial para que os mercados-alvos sejam atraídos e para que se tenha uma experiência satisfatória.

Com isto em mente, voltamos nossas atenções para alguns dos prováveis impactos da atividade turística não-planejada ou mal gerenciada, os quais recaem predominantemente sob os impactos: econômicos, socioculturais e ambientais. Completamos esta parte com a avaliação da importância do planejamento na diminuição dos impactos negativos nas destinações.

Apresenta-se a seguir a conceituação do turismo no meio rural e as oportunidades de negócio, haja vista a intenção do governo de Estado de intensificar o turismo rural e o ecoturismo, que envolve a otimização e divulgação do interior do Estado.

2.4. O Turismo e o Meio Rural

Para tratar deste assunto, utilizaremos o estudo elaborado pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR, que desenvolveu um Plano de Formação em Turismo Rural constituído em uma série de cursos interligados com vistas a habilitar trabalhadores rurais nesta atividade econômica sem, com isso, alterar o ambiente social e cultural.

2.4.1. A Situação do Turismo no Meio Rural Brasileiro

a) O novo rural

O meio rural brasileiro tem mudado seu perfil nas últimas décadas. O número de trabalhadores rurais e famílias dedicadas exclusivamente às atividades agrícolas vêm diminuindo rapidamente.

O número de produtores/trabalhadores do meio rural que exercem atividades não agrícolas dobrou durante os anos 90. O "novo rural", como tem sido denominado este fenômeno marcante dos anos 80/90, compõe-se basicamente de atividades como a agropecuária moderna, estreitamente ligada às agroindústrias, e um conjunto de atividades não agrícolas ligadas a: moradia, turismo, lazer, indústrias e prestação de serviços (SENAR, 2003).

Quando o turista se desloca ao meio rural ele busca entre outras coisas:

- 1) Visitar os parentes e amigos;
- 2) Comprar produtos rurais;
- 3) Praticar esportes;
- 4) Participar de festas religiosas;
- 5) Buscar descanso, paz e tranqüilidade;
- 6) O contato com a natureza;

- 7) Lazer e aventura;
- 8) Fugir da rotina;
- 9) Voltar às origens;
- 10) Novas amizades;
- 11) Confraternizar-se;
- 12) Aconchego.

Deste modo, segundo o SENAR (2003), os diversos tipos de serviços de turismo oferecidos no meio rural têm-se multiplicado, encontrando-se opções de entretenimento não só nas propriedades agropecuárias produtivas, mas também fora delas.

Os serviços que podem atender ao deslocamento de pessoal ao meio rural são:

- **Meios de Hospedagem:** camping, pousadas, colônias de férias, aluguel de sítios, casas e quartos, hotel fazenda, fazenda hotel etc.
- **Venda de produtos** artesanais na propriedade ou em pontos de venda;
- **Alimentação:** restaurantes, áreas para piquenique, churrasqueira, degustação de produto, café-colonial etc;
- **Lazer:** cavalgadas, trilhas ecológicas, banhos de cachoeira, rios e lagos, ciclismo e motociclismo, pesque-pague, colha e pegue, aventuras, observação da fauna e da flora, hipismo, esportes radicais etc;
- **Cultura:** observação dos processos produtivos, dos lugares históricos;
- **Eventos:** participação nos eventos religiosos, esportivos e outros;
- **Transportes especiais;**
- **Guias/condutores de visitantes.**

Diversos atrativos podem ser encontrados no meio rural, tais como: O espaço físico natural, rural e local; os habitantes do espaço rural e local; a cultura local; os processos produtivos modernos e tradicionais e a economia local.

O SENEAR (2003) afirma que os motivos que levam o visitante a procurar o espaço rural podem ser classificados em tipos de turismo e exigem um serviço que possa atender as suas expectativas:

- **Agroturismo** – atividade turística que ocorrem no interior das propriedades com atividades agropecuárias produtivas, as quais continuam a fazer parte da rotina da família.
- **Turismo Cultural** – Deslocamento em busca de conhecimentos sobre as manifestações culturais e registros históricos das populações do meio rural: folclore, gastronomia, religiosidade, arquitetura, processos produtivos tradicionais, artesanatos, entre outros;
- **Turismo Pedagógico** – Viagem organizada com o objetivo de promover o conhecimento das manifestações culturais, tecnológicas e registros históricos do meio rural para complementar o aprendizado dos estudantes;
- **Turismo de Eventos** – Deslocamento de pessoas ao meio rural para participação de eventos de caráter religioso, esportivo, científico, festivais, entre outros;
- **Turismo Ecológico** - Viagem a áreas naturais preservadas, com o objetivo de estudar e admirar a paisagem, composta de plantas e animais silvestres, além das manifestações culturais que ocorram nessas áreas;
- **Ecoturismo** – Viagem a áreas naturais preservadas onde o turista procura um contato íntimo com a natureza, dela desfrutando por interagir com seus atrativos;

- **Turismo de Aventura** – Atividades esportivas radicais, geralmente praticadas em áreas naturais preservadas, tais como: rappel, rafting, canoing, mountain bike, equitação, motocross, trekking, vôo livre etc;
- **Turismo de Negócios** – Profissionais que buscam a estrutura física das Pousadas, Restaurantes, Salões de Capelas, Instituições de Ensino, para realização de reuniões ou convenções de empresas. Viagens ao meio rural para conhecer as novas tecnologias produtivas adotadas.
- **Turismo de Compras** - Deslocamento ao meio rural para adquirir produtos elaborados pelos seus moradores, geralmente derivados do leite, carne, das frutas e das verduras, além do artesanato local.
- **Turismo Saúde**- Necessidade de deslocamento para tratamento de saúde, em busca de ar puro, contato com a natureza, spas, águas termais, entre outros.
- **Turismo de Recreação** - Ocupação do tempo livre, buscando atividades de diversão, realizadas no meio rural: banhos de cachoeira, jogos, brincadeiras, música e dança etc.
- **Turismo Esportivo** – Viagens para participação em competições esportivas realizadas no meio rural: hipismo, futebol, ciclismo etc.
- **Turismo de Aldeia** - Viagens para povoamentos rurais que utilizam de forma integrada seus recursos e serviços de recepção e cujo principal atrativo é baseado no saber e no fazer gerações passadas.

b) Conceito e abrangência

Em 1998, o Ministério da Indústria do Comércio e Turismo/ EMBRATUR e o Ministério da Agricultura iniciaram ações de articulação institucional em nível nacional, para organizar o Turismo Rural no Brasil. Mediante a realização de oficinas envolvendo as várias regiões do país, identificou-se um conceito geral de Turismo Rural:

"um segmento do turismo que gera o deslocamento de pessoas para o espaço rural buscando conhecer, vivenciar ou usufruir das diversas práticas - econômicas, sociais e culturais - próprias do meio rural"

Quanto à abrangência do turismo rural no Brasil, além de se respeitar as características da identidade cultural de cada região, delimita-se sua manifestação nas seguintes áreas:

1) "Estabelecimentos localizados no espaço rural tal como definido pelo IBGE, bem como aqueles localizados em cidades cujo porte e características a identificam principalmente com as práticas do meio rural".

Ou

1) "Estabelecimentos onde se desenvolvam atividades produtivas próprias do meio rural, ou disponham de patrimônio histórico ou cultural próprio do meio rural.

Natureza da Oferta

Os equipamentos e serviços de Turismo no Espaço Rural no Brasil tem surgido, na maioria dos casos, a partir de manifestações espontâneas dos proprietários rurais, que necessitam agregar novos valores às suas atividades agropecuárias - ou manter a vida em propriedades não mais agrícolas.

SENAR (2003) ressalta que em função das dimensões geográficas e da diversidade cultural, a realidade do turismo rural brasileiro está muito ligada às características de formação de cada Estado. Isto pode ser observado, também, pela diversidade da oferta de serviços, como os a seguir expostos:

1) Meios de hospedagem rural:

- Fazenda Hotel;
- Pousada;
- Hospedagem domiciliar;
- Alojamentos;
- Acampamento.

2) Serviços de alimentação rural:

- Restaurante;
- Café rural.

3) Estabelecimentos onde se desenvolvem atividades econômicas próprias do meio rural, abertos à visita turística:

- Visitas a plantações/criações;
- Turismo pedagógico (clientela infanto-juvenil);
- Visitas a processos produtivos de transformação artesanais (engenhos, casas de farinha, alambiques, vinhos coloniais etc.).

4) Vivência de prática do meio rural:

- Lida agrícola: colheita;
- Lida pecuária: rotina do boiadeiro.

5) Estabelecimentos que abrigam manifestações históricas, artísticas e religiosas do meio rural:

- Visita a edificações de interesse arquitetônico;
- Visita a sítios representativos de ciclos econômicos;
- Rodas de viola;
- Rodas de causos;
- Festas populares;
- Danças.

c) Benefícios e problemas da atividade de turismo no meio rural

Identificar os benefícios e problemas da atividade de Turismo no Meio Rural a partir dos impactos provocados pela ação dos visitantes e da estrutura para recebê-los na comunidade e na propriedade rural (SENAR).

O desenvolvimento de atividades de turismo no espaço rural tem por objetivo atender à duas modalidades de necessidades:

- De quem procura;
- De quem oferece.

O turista busca no meio rural, alguns elementos que o satisfaçam. Esta tendência tem proporcionado aos habitantes do meio rural e aos demais proprietários de terrenos neste ambiente, agregar mais um valor as suas atividades produtivas.

SENAR reforça que a falta de estratégias que possibilitem promover a competitividade dos produtos agrícolas no mercado globalizado faz com que se perca a frente para áreas mais planejadas. Com o campo descapitalizado e as dificuldades de acesso do pequeno produtor rural à linhas de crédito favoráveis, a atividade de turismo neste espaço vem no mínimo garantir a posse da terra.

1) Que benefícios a atividade de Turismo no Meio Rural pode proporcionar?

Além dos benefícios econômicos, pode-se relacionar uma série de vantagens para o meio rural que se estrutura para receber os turistas. Entre elas, podemos citar:

- melhoria da qualidade de vida da comunidade anfitriã: com investimentos do poder público em obras de infra- estrutura básica, tais como: manutenção das estradas, sistema de coleta seletiva, reciclagem do lixo, tratamento de água, iluminação pública, sinalização indicativa, outras;
- ocupação para os demais membros da família, proporcionando a fixação do jovem no campo;
- novas oportunidades de negócios para toda a comunidade;
- preservação das áreas naturais;
- conscientização quanto à manutenção da paisagem rural e ao embelezamento das propriedades;
- consciência ecológica;
- valorização da cultura local - sendo esta um dos maiores atrativos da atividade turística;
- preservação e valorização dos processos produtivos tradicionais.

Entretanto, para que estes benefícios aconteçam, devem-se minimizar os impactos negativos que podem ocorrer, caso a implantação de equipamentos e serviços turísticos no meio rural não sigam planejamento prévio.

2) E quais os principais problemas que entram o turismo no meio rural?

- Relegar ao segundo plano a produção agrícola ou outro processo produtivo que tenha sustentado a família até então.
- Alteração da cultura local, despertando interesse maior pela mentalidade e interesses dos turistas, provocando uma aculturação e evasão do meio rural.
- Aumento abusivo dos preços dos produtos e serviços oferecidos aos turistas.
- Degradação ambiental com o aumento dos dejetos sólidos e líquidos sem um destino adequado.
- Não planejar a capacidade de carga (atendimento), podendo provocar a saturação do equipamento e dos recursos humanos, bem como dos recursos naturais.

- A falta de união entre os prestadores de serviços turísticos no meio rural poderá fragilizar esta categoria perante os organismos institucionais fiscalizadores das atividades turísticas e comerciais tradicionais: Conselho Regional de Química, Sindicatos, Secretaria e Ministério da Agricultura.

A partir dessa nova visão, parte-se do princípio que a oferta de produtos turísticos no meio rural deve ser estruturada como qualquer outra situação, levando em conta aspectos como: acesso; infra-estrutura básica e turística; equipamentos e serviços turísticos e de apoio; recursos turísticos: naturais e artificiais; condições ambientais e recursos humanos em geral.

Diante das diversas pesquisas bibliográficas efetuadas, pode-se observar que o desenvolvimento bem-sucedido do turismo exige a construção de um plano ou de uma estratégia de desenvolvimento que seja flexível e minucioso. A flexibilidade é necessária para os ajustes e as reformulações em resposta à mudanças externas e internas. O procedimento minucioso é necessário por causa da complexidade da atividade turística e das conseqüências econômicas, ambientais e sociais de seu desenvolvimento. Verificamos também que a questão de sustentabilidade é nada mais do que planejamento sólido porque o desenvolvimento requer que o caminho escolhido seja sustentável. No capítulo seguinte apresenta-se a metodologia utilizada no desenvolvimento do trabalho, através das quais se desenvolve todas as análises.

3. ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

3.1. Metodologia

Este capítulo apresenta o instrumental que foi empregado neste trabalho de pesquisa, bem como explicitar o local de estudo e a origem das informações obtidas.

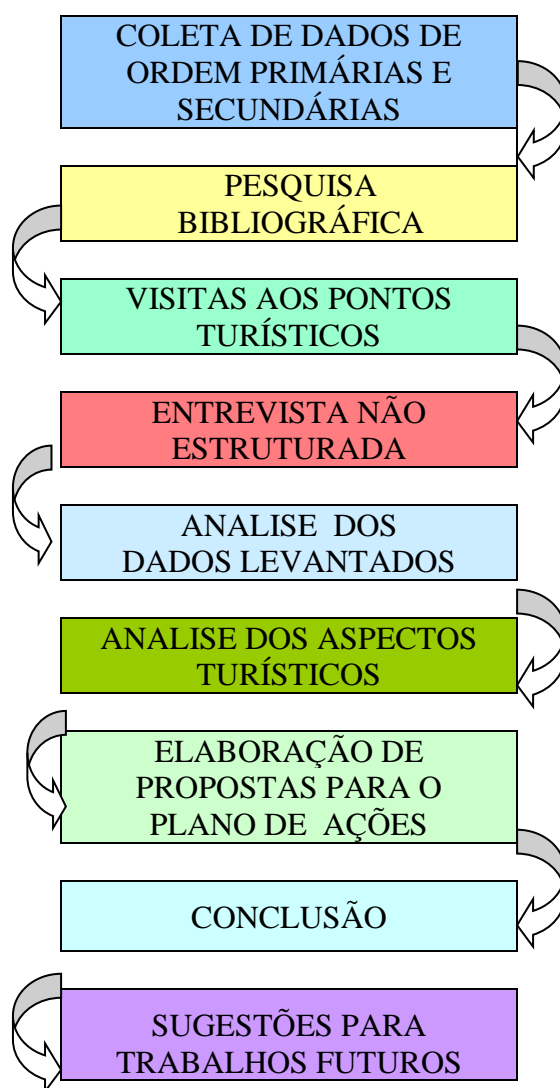
3.1.1. Classificação da pesquisa

Considerando-se o critério de classificação da pesquisa, toma-se como base a taxionomia apresentada por Vergara (2005), que a qualifica em relação a dois aspectos básicos: quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins, apresenta-se como pesquisa exploratória e descritiva. Exploratória porque, considerando a abrangência de pesquisas realizadas sobre o setor turístico, existe escassez de trabalhos científicos a respeito dessa específica modalidade pelo qual a pesquisa tem a intenção de abordá-lo, deste modo, busca-se conhecer as características históricas sócio-econômicas da região para procurar, posteriormente, explicações das causas e conseqüências no desenvolvimento de seu potencial turístico. Descritiva, porque visa descrever sistematicamente as características regionais, percepções, expectativas e sugestões para o setor turístico, através de levantamentos demográficos, de pesquisa de opinião, análise de documentos etc.

Quanto aos meios, esta pesquisa enquadra-se como de cunho eminentemente qualitativo utilizando-se dos métodos de pesquisa bibliográfica, documental, de estudo de caso e de campo. Bibliográfica, pois se recorreu ao uso de material acessível ao público em geral, como livros, artigos, relatórios, jornais, revistas e planos diretores turísticos já publicados e disponibilizados na internet. Para a fundamentação teórico-metodológica do trabalho foi realizada investigação sobre os seguintes assuntos: introdução sobre o turismo, definições conceituais do turismo, planejamento do desenvolvimento turístico sustentável, regionalização turística, segmentação do turismo e o meio rural. A investigação, também, foi documental, porque se valeu de documentos internos às Instituições públicas e privadas do Município de Seropédica que digam respeito ao objetivo de estudo, entre elas: Prefeitura Municipal, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Biblioteca Municipal, Escola Técnica de Turismo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro. Trata-se, ainda, de um estudo de caso, pois tem limites determinados ao Município de Seropédica, com detalhamento das suas características urbanas, analisando o passado, o presente e as intenções sociais do município e de pesquisa de campo porque se coletaram dados primários no Município. Foram realizadas visitas aos pontos de potencial turísticos da região e entrevistas não estruturadas com pessoas ligadas direta ou indiretamente ao turismo.

3.1.2. Desenvolvimento da Pesquisa



3.1.3. Aquisição de dados

- Universo pesquisado e amostra

O universo de pesquisa de campo foi o Estado do Rio de Janeiro, que está dividido pela Secretária Estadual de Turismo em 11 regiões turísticas, são elas: Metropolitana, Costa do Sol (Região dos Lagos), Costa Verde, Serra Verde Imperial, Agulhas Negras, Vale do Café, Baixada Fluminense, Serra Norte, Caminho das Matas, Costa Doce e Noroeste das Águas. Destas, as seis primeiras, por estarem mais bem estruturadas, foram indicadas ao Ministério de Turismo para participarem do Programa de Regionalização do Turismo, de forma a impulsionar o desenvolvimento do setor com vista à sustentabilidade. A região turística da Baixada Fluminense é formada pelos municípios de Seropédica, Japeri, Queimados, Nova Iguaçu, Belford Roxo, Mesquita, São João de Meriti, Nilópolis, Duque de Caxias e Magé. Embora os municípios possuam potencial turístico, a região não foi contemplada pelo programa de regionalização turística por falta de gestão coordenada. Para compor a amostra

aleatória simples da pesquisa, selecionou-se o Município de Seropédica, localizado na região da Baixada Fluminense. A escolha deu-se em razão da proximidade da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, o que facilita a coleta dos dados, bem como o interesse do município no referido estudo.

3.1.4. Seleção dos sujeitos

Os sujeitos da pesquisa foram os Secretários Municipais de Seropédica, especificamente, das Secretarias de Turismo, Esporte e Lazer; da Cultura; do Planejamento, Orçamento, Gestão e Urbanismo; da Ação Social, Cidadania, Trabalho e Renda; do Meio Ambiente e de Obras e Serviços Públicos. Ainda, professores e pesquisadores da Escola Técnica de Turismo, do Departamento de Arquitetura e do Laboratório de Geoprocessamento Aplicado da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro e da Embrapa. Assim como, representantes dos principais segmentos do turismo público e privado, destacando: SEBRAE, TurisRio, Fórum Estadual de Secretários de Turismo.

3.1.5. Instrumentos de coleta de dados

Segue os principais instrumentos de coleta de dados:

a) Pesquisa bibliográfica

Utilizou-se como fonte de dados a pesquisa bibliográfica em livros, dicionários, revistas especializadas, jornais do município de Seropédica, teses e dissertações com dados pertinentes ao assunto, e através de acessos eletrônicos. Além de serem feitas consultas à Biblioteca Municipal de Seropédica.

Buscou-se realizar um levantamento bibliográfico da formação urbana da cidade, do potencial para turismo - meio-ambiente, da infra-estrutura e serviços, da estruturação do planejamento turístico da cidade, da preservação arquitetônica e urbanística e outros, no período histórico compreendido da formação da cidade até os dias atuais.

b) Pesquisa documental

Foram levantadas as diretrizes e programas de governo de Seropédica, relacionados as ações voltadas ao desenvolvimento urbano e ao aproveitamento do potencial turístico de Seropédica. Foram analisados a Proposta de Desenvolvimento Sustentável para o Município de Seropédica, confeccionado pela Secretária de Ciências, Tecnologia, Inovação, Indústria e Comércio da Prefeitura Municipal de Seropédica, e ainda, verificou-se o Estudo Socioeconômico de Seropédica, produzido pelo Secretaria-Geral de Planejamento, do Tribunal de Contas do Estado do Rio de Janeiro. Assim como, o Plano de Potencialização do Ecoturismo e do Turismo Rural, propostos pela Secretaria de Urbanismo de Seropédica.

A utilização de documentos como fonte de coleta de dados em pesquisa é importante não porque responde a um problema de forma definitiva, mas porque proporciona melhor visão desse problema, ou ainda, hipóteses que conduzem à sua verificação por outros meios.

c) Pesquisa de campo

A pesquisa de campo possibilitou verificar in loco os principais pontos fortes da região e as oportunidades de melhoria necessárias para alcançar o objetivo de desenvolvimento do potencial turístico de Seropédica. Ainda, através das entrevistas não estruturadas, ou em profundidade, (Richardson, 1999) permitiu-se obter do entrevistado, por meio de uma conversação guiada, quais os aspectos que ele considera mais relevantes de determinados problemas apresentados. O que favoreceu uma visão ampla do tema tratado.

3.1.6. Tratamento de dados

O tratamento dos dados ocorreu com a transcrição da pesquisa de campo e coleta de dados de ordem primárias e secundárias, realizadas mediante contatos direto e interativo com o objeto de estudo, através de visitas aos pontos turísticos; pesquisa de opinião sobre o turismo local; levantamento bibliográfico da formação urbana da cidade e do potencial para turismo. Seguido de uma análise teórica dos fenômenos socio-econômicos coletados, utilizando como ferramenta a matriz SWOT para a investigação dos pontos fortes, pontos fracos, oportunidade e ameaças, incluindo três etapas distintas: Análise do Ambiente Externo, Ambiente Interno e Fatores Críticos de Sucesso. Tal processo permitiu ter uma visão mais abrangente dos problemas, possibilitando a elaboração de diretrizes norteadoras a serem empreendidas no Plano de Ação. Aplicou-se, também, como embasamento do estudo, a seleção e a utilização de referências comparativas pertinente, para a avaliação e promoção de melhorias do processo.

3.1.7. Limitações do método

A metodologia escolhida para o estudo apresenta as seguintes dificuldades e limitações quanto à coleta e ao tratamento dos dados:

- O método está limitado pela seleção dos atores para as entrevistas e coleta de dados, tendo em vista a impossibilidade de serem entrevistados alguns dos principais agentes envolvidos no desenvolvimento do turismo da região, devido a indisponibilidade de horários, fazendo com que menos pessoas fossem ouvidas;
- Outro fator limitante foi a descentralização do planejamento turístico no município de Seropédica, que são realizadas através de ações isoladas em áreas distintas, o que dificultou a obtenção de informações a respeito do assunto;
- Um terceiro fator limitador diz respeito à pesquisa documental, dado a escassez de material de pesquisa disponíveis e a inexistência de local específico dispondo de acervo histórico-cultural do município, restringindo o aprofundamento da investigação em função do tempo disponível e da limitação de recursos para a pesquisa;
- e por fim ao tratamento dos dados pelo método qualitativo permite uma mistura de procedimentos de cunho racional e intuitivo para melhor compreensão dos fenômenos, deste modo, com a finalidade de manter a validação dos resultados, buscou-se zelar pela fidelidade no processo de transcrição que antecede a análise dos resultados.

Este capítulo procurou enfatizar o instrumental empregado para a coleta de dados e esclarecer como estes foram tratados. Assim, como as limitações encontradas no processo de pesquisa.

A seguir apresenta-se a avaliação e discussão dos resultados obtidos decorrentes da aplicação da metodologia empregada no desenvolvimento deste trabalho de pesquisa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. Levantamento Situacional do Município de Seropédica

Como proposta da análise apresenta-se a primeira etapa do estudo de caso do município de Seropédica, que consta de transcrição da pesquisa de campo e coleta de dados de ordem primárias e secundárias, realizadas através de visitas aos pontos com potencial turístico; pesquisa de opinião sobre o turismo local, feita com segmentos da população; levantamento bibliográfico da formação urbana da cidade, do potencial para turismo - meio-ambiente, da infra-estrutura e serviços, da estruturação do planejamento turístico da cidade, da preservação arquitetônica e urbanística e outros.

4.1.1. Caracterização Histórica

a) Marco histórico do município de Seropédica

A denominação *Seropédica*, criada no século XVIII, em língua portuguesa, para significar ou, neste caso, localizar "onde se faz, ou onde se trata da seda", marcou definitivamente a antiga Vila de São Francisco Xavier de Itaguaí, em cujo perímetro municipal, no segundo distrito de Bananal, instalou-se o primeiro estabelecimento voltado para a criação do bicho-da-seda em escala industrial e para o aproveitamento de sua fibra sérica, visando à fabricação da seda.

O Estabelecimento Seropédico de Itaguaí, mais tarde Imperial Companhia Seropédica Fluminense, em homenagem a D. Pedro II acionista do empreendimento, e, finalmente, Estabelecimento Seropédico Santa Tereza de Itaguaí, empresa pioneira na sericicultura brasileira, que colocou o Brasil em lugar de destaque entre os maiores produtores de seda do mundo.

Seropédica passou então a figurar no mapa geográfico e nas estatísticas sócio-econômicas e políticas da antiga Província do Rio de Janeiro, quando substituiu o topônimo Bananal, denominação anterior.

Seropédica conquistou sua emancipação administrativa após uma década de muitas lutas da comissão de emancipação, criada e constituída por moradores para este fim, tendo obtido o resultado favorável após o segundo plebiscito, no dia 13 de março de 1994, vindo a tornar-se independente do município de Itaguaí.

Em 12 de outubro de 1994, o governador do Estado do Rio de Janeiro, Dr. Marcello Alencar, em solenidade festiva, sancionou a Lei Estadual nº 2446 que criava o município de Seropédica. (Fróes, 2004).

b) Cronologia histórica do Município de Seropédica

Foi utilizado como fonte de pesquisa para compor a cronologia histórica da região, a pesquisa realizada pelos historiadores Cláudio Marchiori e Marcello Gomes sobre o Município de Seropédica, que reúne de forma cronológica as datas mais importantes para a cidade, publicada pelo Jornal Seropédica em 2004, assim como, o Livro O Brasil na Rota da Seda (Fróes, 2004) e o site da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

1536 – Com o crescente tráfico de peles e madeiras, principalmente pau-brasil, praticado, em sua maioria, por franceses desde o litoral do atual estado de Pernambuco,

onde montaram um fortim, até Cabo Frio, a coroa portuguesa institui uma forma de ocupar e defender as terras há algum tempo descobertas.

Para isso, criaram as capitanias hereditárias, modelo já utilizado nas ilhas de Cabo Verde, e as distribuiu entre fidalgos, para que estes ocupassem os lotes cedidos, promovendo sua colonização e defendendo-os. O atual município de Seropédica está na área que pertencia à capitania de São Vicente, cujo donatário era Martim Afonso de Souza.

1567 - Cristóvão Monteiro, ouvidor do Rio de Janeiro, envia requerimento a Martim Afonso de Souza, donatário da capitania, solicitando uma gleba de terras na margem direita do rio Guandu.

1589 - Marquesa Ferreira, viúva de Cristóvão Monteiro, atendendo a vontade do finado marido, doa parte das terras aos jesuítas. A outra parte coube, por herança, a sua filha Catarina Monteiro.

1612 - Catarina Monteiro e seu marido José Adorno transferem aos jesuítas as terras herdadas em troca de terras em Santo Amaro (Bertioga, SP). Nessa ocasião, a região era conhecida por: Brejaes de São João Grande (grafia da época), devido ao fato de ali se encontrarem grandes alagadiços, principalmente no período das fortes chuvas, responsáveis pelas cheias periódicas no rio Guandu.

A região era efetivamente explorada por, entre outros, os descendentes de Garcia Ayres e de Garcia Paes Leme, filho do bandeirante Fernão Dias Paes Leme. A busca visava, principalmente, a descoberta de esmeraldas. Os exploradores ocuparam terras na margem esquerda do Guandu.

- O município de Seropédica começou a ser ocupado com o processo de catequese dos indígenas pelos missionários da Companhia de Jesus, no século XVI.

Os jesuítas adquiriram, por doação, compra ou permuta, imensa quantidade de terras. Esta área compreende hoje os seguintes municípios: parte do Rio de Janeiro (Santa Cruz e Campo Grande), Seropédica, Itaguaí, Mendes, Nova Iguaçu, Paracambi, Japeri, Eng. Paulo de Frontin, Piraí, Rio Claro, Vassouras e Volta Redonda.

Os Jesuítas deixaram uma significativa marca na Baixada de Sepetiba - o primeiro saneamento da baixada, no baixo curso do rio Guandu. Nas extensas planícies dominavam brejos alagados, proliferando-se a malária.

1729 - Os jesuítas encarregaram uma equipe, liderada por Manoel Maia da Hora, de medir tão extensa propriedade. Tais medições só podiam ser realizadas entre junho e novembro, fora do período das chuvas. Em meados de novembro, subindo a margem direita do rio Guandu, a equipe encontra uma aldeia, que posteriormente se tornou o povoado de Bananal (onde hoje está localizado o bairro de Jardim Maracanã). A ocupação do local, como se supõe, pode ter ocorrido numa dessas explorações realizadas no final do século XVI.

Era comum que, para evitar serem acometidos pela fome em seus deslocamentos, os exploradores plantassem roças ao longo do caminho e deixassem alguém de vigília no

local. Com o fim da expedição, muitos retornavam para os locais de roça e ali se estabeleciam.

A palavra Bananal se refere a um termo indígena, Mb-a-nâ-n-á, que significa torcido, fazer voltas e é alusivo à correnteza de um rio, águas sinuosas, de certo rio Guandu à época. Daí, também se origina a palavra embananado = enrolado.

1758 - Por volta desse período, o povoado do Bananal ganha em importância com a descoberta de ouro na região de Vila Rica, atual Ouro Preto. Por ali passava uma pequena estrada que ligava o caminho velho de São Paulo ao caminho das Minas ou estrada real (saindo da Baía da Guanabara, na altura de Pilar até Vila Rica). Esta pequena estrada, após passar pelo povoado de Bananal, cruzava o rio Guandu e continuava por uma trilha árdua até atingir a Estrada Real. Ela ficou conhecida como, caminho das minas do Guandu, pois se acreditava que nas serras próximas havia ouro. Isto fazia do lugar, uma importante rota de aventureiros em direção as Minas.

Mais tarde, a estrada funcionou como uma alternativa para retirar o ouro sem passar pelos postos de controle da coroa Portuguesa e, com isso, fugir dos pesados tributos, levando a coroa a instalar o registro do Rio Itaguaí. Já nessa época, funcionavam nas áreas do povoado do Bananal duas feitorias da Fazenda de Santa Cruz.

A feitoria do Periphery localizava-se onde hoje é a termoelétrica e destinava-se a produção de arroz, feijão, milho, anil (planta usada na produção de alvejante que era exportado para a Europa) e aguardente.

A feitoria do Bom Jardim, localizada nas margens do Ribeirão da Lages e destinava-se, principalmente, a extração de madeira para diversas finalidades.

1817- Foi erguida, no povoado de Bananal, uma capela em homenagem a Nossa Senhora da Conceição (provavelmente uma homenagem a D. João VI, já que esta era sua Santa de devoção). A doação do terreno para a construção partiu de Francisco do Amor Divino e Maria Rosa do Nascimento Pereira de Souza. Também foram doados terrenos para a construção do cemitério Nossa Senhora da Conceição do Bananal e de um logradouro público.

1818 - A aldeia de Itaguaí foi elevada a categoria de vila, com a denominação de Vila de São Francisco Xavier de Itaguaí, cujo município foi desmembrado de territórios do Rio de Janeiro e de Angra dos Reis.

1842 – Inicia-se a construção do Estabelecimento Seropédico – Em 1848 começou a funcionar a primeira companhia de seda do País, o Estabelecimento Seropédico de Itaguaí, de propriedade do gaúcho José Pereira Tavares. Como forma de injetar recursos na empresa, que sobreviveu até 1858, Dom Pedro II tornou-se o maior acionista e ela passou a chamar-se Imperial Companhia Seropédica Fluminense.

1846 – Com o desenvolvimento da atividade agrícola, o povoado do Bananal começou a ganhar importância e notoriedade, sendo elevado à categoria de Curato (uma divisão administrativa banida na República), pelo Decreto Provincial nº 398, de 20 de maio, com o nome de Nossa Senhora da Conceição do Bananal.

O Curato foi criado com os seguintes limites: na margem do rio Itaguahi, no lugar denominado Valã dos Bois, Estrada de Piranema, Estrada da Mineira, Estrada do Rei, Estrada da Onça e Fazenda Bom Jardim. (muitos nomes dos locais já não são mais os mesmos. A grafia da época foi respeitada).

1850 - Nessa ocasião, o Curato possuía uma população de 1.718 habitantes (Niterói, por exemplo, segundo o mesmo censo, tinha 15.879 habitantes). Contava, também, com 69 fazendas de café e 5 de cana-de-açúcar entre outras. Essa condição foi importante para a sua elevação a categoria de Freguesia (equivalendo atualmente a um distrito).

1851 - Através da Lei Provincial nº 549 de 30 de agosto, o Curato é, finalmente, elevado a categoria de Freguesia, mantendo o mesmo nome.

1871 - O governo da Província do Rio de Janeiro liberou recursos para a reforma da Matriz do Bananal. A antiga capela deu lugar a uma igreja, construída toda em pedra e cal, com paredes de 60 centímetros de largura e torre sineira com 15 metros de altura. Infelizmente, quando já centenária, a igreja foi demolida dando lugar a pequena capela do Jardim Maracanã. Ainda hoje se pode ver as pedras de suas fundações, dando uma idéia de sua grandiosidade.

Após esse período de grande desenvolvimento, a Freguesia de Nossa Senhora do Bananal começa a ingressar em profundo declínio. Na segunda metade do século XIX, o Governo Imperial iniciou a construção de estradas de ferro ligando a Corte (cidade do Rio de Janeiro) aos municípios da Província do Rio de Janeiro e até à outras Províncias. Porém, apesar da Freguesia de Nossa Senhora do Bananal contar com investimentos imperiais, de D. Pedro II, como sócio da Imperial Companhia Seropédica Fluminense, a região ficou alijada desse importante meio de transporte da época, que dava grande impulso ao desenvolvimento dos lugares à sua margem.

1892 - Com o Decreto nº 1801, de 8 de janeiro, a sede do distrito é transferida para a Fazenda Patioba (onde hoje funciona a escola Arlinda Donadelo Moreira, conhecida também como escolinha do IZ).

1926 – Com a lei nº 2.069, de 29 de novembro, o distrito do Bananal passa a ser denominado Seropédica.

Seus limites são o rio Teixeira, afluente do Itaguaí; o Ribeirão das Lages; o rio Guandu; a serra do Caçador e a vertente da Serra do Carrapato até o Bom Jardim.

1928 – Em 5 de maio, é inaugurada a Estrada Rio – São Paulo (atual BR-465), cortando o então distrito de leste a oeste.

A passagem da antiga rodovia Rio-São Paulo pelo território do antigo distrito de Seropédica, a instalação da indústria têxtil no antigo distrito de Paracambi, aliadas às obras de saneamento da Baixada Fluminense, empreendida por Presidente Vargas, que permitiram o aproveitamento de grandes áreas, possibilitaram ao município readquirir sua antiga posição de prestígio.

1938 - foram iniciadas, em Seropédica, as obras do Centro Nacional de Estudos e Pesquisas Agrônômicas, onde hoje funciona a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFRRJ.

1945 - moravam muitas pessoas no Horto Florestal de Seropédica, todos funcionários do local, com suas famílias. Não existiam casas nem escolas nos quilômetros próximos.

Durante muitos anos, a grande preocupação sempre foi a malária e nessa época não existiam muitos recursos e como Seropédica ainda era praticamente "mato" temia-se muito os casos de malária que eram tratados na enfermaria da Universidade Rural.

1948 - A UFRRJ transferiu seu *campus* para as margens da antiga rodovia Rio-São Paulo, hoje BR-465, iniciando-se o desenvolvimento urbano de Seropédica.

1948 a 1950 – funcionou o Restaurante do Serviço de alimentação e Previdência Social (SAPS) do Ministério do Trabalho e Comércio (onde hoje é a Sala de Estudos dos Alunos da Universidade Rural). Com refeições supervisionadas por nutricionistas, o restaurante cobrava uma quantia mínima dos trabalhadores, alunos e outras pessoas ligadas ao Centro Nacional de Ensino e Pesquisa Agrícola (CNEPA). Segundo a estimativa dos trabalhadores da época, eram servidas cerca de 1.500 refeições diárias.

O Restaurante era um dos três pontos do SAPS que funcionava em Seropédica. Os outros dois eram a Granja e o Posto de Subsistência. A Granja, localizada onde é hoje o INCRA, se estendia por cerca de um quilômetro na Estrada Rio-São Paulo e por dois quilômetros até chegar ao Rio Guandu pelo interior da cidade.

Trabalhavam na Granja cerca de 600 pessoas e todos os dias saíam três caminhões com carnes, ovos, legumes e outros alimentos produzidos no local para abastecer o Rio de Janeiro. Os alimentos da Granja também eram utilizados no Restaurante e parte deles ainda eram vendidos à população de Seropédica no próprio posto de venda da Granja.

O outro ponto do SAPS era o Posto de Subsistência, que funcionava onde hoje é o Tribunal Regional Eleitoral (TRE). O Posto vendia, a preço de custo, arroz, feijão e outros produtos comercializados em supermercados.

O SAPS empregou muita gente. Quem quisesse trabalhar era só começar. Não era um trabalho escravo, mas se usou muito a mão-de-obra de crianças e adolescentes. A partir de 11 anos, garotos já podiam ingressar no SAPS. Não era exigida documentação, apenas o endereço dos trabalhadores. Seropédica era um local promissor; tinha muito emprego e a construção do CNEPA (hoje Universidade rural).

O Restaurante funcionou no CNEPA até 1950, depois passou a funcionar no INCRA, onde hoje encontra-se a sede da Igreja Assembléia de Deus, e continuou a servir pelo preço de custo à todos que queriam se alimentar.

1960 - com o governo de João Goulart, o SAPS começou a ser desativado e deixou de funcionar em Seropédica. Todos os funcionários foram alocados em outros órgãos dos Ministérios. A maior parte deles acabou ficando em Seropédica a disposição do Ministério da Agricultura, responsável pelo CNEPA, órgão ao qual eram subordinadas as Escolas de Agronomia e Veterinária (hoje Universidade Rural).

O município de Itaguaí permaneceu sem expressão até três décadas atrás, tendo em vista as dificuldades de acesso, pois era servido apenas por uma linha férrea, com pouca movimentação de trens, sendo ligado ao município do Rio de Janeiro por uma estrada não pavimentada. A abertura da rodovia Rio-Santos mudou o cenário, facilitando o deslocamento entre diversos municípios próximos.

1995 – O Município de Seropédica foi emancipado através da Lei nº 2446, de 12 de outubro de 1995.

1996 - Em 03 de outubro de 1996 foi realizada a primeira eleição de Seropédica, elegendo o Prefeito do município e os nove Vereadores, que tomaram posse no dia 01 de Janeiro de 1997.

Fontes: Biblioteca Municipal de Seropédica.

c) produção agrária de Seropédica

- Só a partir do século XVII, o solo foi explorado de modo racional com a pecuária e o cultivo da cana de açúcar, para suprir os dois engenhos existentes: Itaguaí e Piai (Sepetiba). Outros cultivos desenvolviam-se em solos arenosos, como a mandioca, milho, feijão.

- Essas terras pertenciam à Vila de São Francisco Xavier de Itaguaí em 1818, formada pelas freguesias de Itaguaí, Marapicú e do Rio Guandu, estendendo-se pela área do Ribeirão das Lages até a freguesia de Mangaratiba.

- Com a expansão da cultura do café, o porto de Mangaratiba exerceu influência na área como exportador de produtos vindos do interior de Minas Gerais e de São Paulo, e como importador de produtos que abastecem o interior.

- O município de Seropédica foi influenciado pela sua localização geográfica, como ponto de passagem obrigatória para o Rio de Janeiro.

- No século XIX a chegada da estrada de ferro alterou a estruturação da região, facilitando o escoamento da produção agrícola e gerando os primeiros focos de urbanização.

- Já no século XX, com a primeira guerra mundial (1914-1918) a economia da área de Sepetiba foi atingida também pela decadência, declinando-se o cultivo do café, o qual foi substituído pela pecuária.

- O governo Vargas promoveu grandes avanços na estruturação da atividade agrícola, aproveitando-se da vocação da região.

- Na década de 40 efetivou-se o primeiro saneamento geral da Baixada de Sepetiba, pelo extinto DNOS, minimizando e controlando as enchentes, através de expressivas obras de engenharia, como a retificação dos canais da bacia do Guandu, e a instalação de barragens.

- Neste mesmo período o governo partilha a Fazenda Nacional de Santa Cruz em lotes estreitos agrupados em dois setores: Itaguaí e Santa Cruz. Também, inicia-se a implantação do Centro de Estudos e Pesquisas Agropecuárias, hoje UFRRJ.

- A ocupação urbana do município foi influenciada pela proximidade das rodovias Dutra e pela antiga Rio-São Paulo.

- Atualmente a sede do município encontra-se no setor norte, estendendo-se para a direção leste, através da Estrada do Chaperó.

- entre 1994 e 2005 - Pelas suas condições naturais e posicionamento geográfico estratégico, o município de Seropédica oferece uma diversidade de usos, alguns

altamente significantes, como o extrativismo da areia e agricultura familiar, e outros que necessitam ser controlados e aproveitados de modo racional.

Fonte: Laboratório de Geoprocessamento Aplicado da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – Departamento de Geociências.

4.1.2. Caracterização Geral

a) Localização e Limites

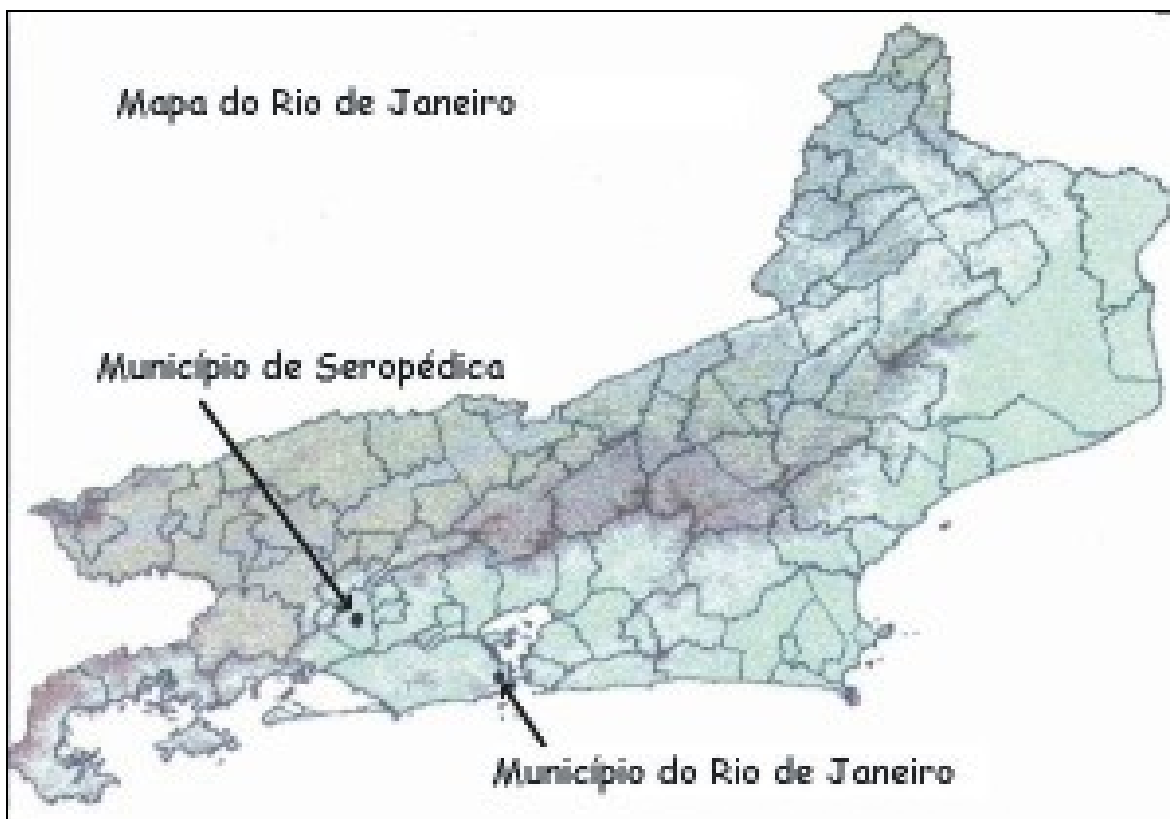


Figura 01: Mapa de Localização de Seropédica

Fonte: Site www.seropedicarj.com.br

b) Caracterização do Município

Seropédica pertence à Região Metropolitana composta pelos municípios de Rio de Janeiro, Belford Roxo, Duque de Caxias, Guapimirim, Itaboraí, Itaguaí, Japeri, Magé, Mangaratiba, Maricá, Mesquita, Nilópolis, Niterói, Nova Iguaçu, Paracambi, Queimados, São Gonçalo, São João de Meriti, Seropédica e Tanguá.

Também, há a classificação dos municípios que formam a região turística da Baixada Fluminense⁹: Seropédica, Japeri, Queimados, Nova Iguaçu, Belford Roxo, Mesquita, São João de Meriti, Nilópolis, Duque de Caxias e Magé.

O Município de Seropédica apresenta uma extensão territorial de 268,20 km, correspondentes a 4,7% da área da Região Metropolitana, e altitude de 26 metros, tendo como coordenadas geográficas 22° 44' 38" de latitude sul e 43° 42' 27" de longitude oeste, confrontando com os seguintes municípios: Rio de Janeiro (68 km); Nova Iguaçu

⁹ Classificação proposta pela Secretaria de Estado de Turismo do Rio de Janeiro

(42 km), Queimados (35 km), Japeri (22 km), Paracambi (17 km) e Itaguaí (24 km)¹⁰.



Figura 02: Mapa de Seropédica
Fonte: Site www.seropedicarj.com.br

O Município de Seropédica está próximo aos três pólos econômicos do país: Cidade do Rio de Janeiro; Belo Horizonte e São Paulo. Tem como principais vias de acesso: a Rodovia BR-116 Rodovia Presidente Dutra, também denominada Via Dutra; a BR-465 conhecida como antiga Estrada Rio-São Paulo; a Rodovia RJ-109, também denominada Reta de Piranema, que comunica-se com o Município de Itaguaí, com a Rodovia BR-101 Translitorânea ou Auto-Estrada Rio Santos, com o Complexo Industrial de Santa Cruz (bairro da cidade do Rio de Janeiro) e com o Porto de Sepetiba.

4.1.3. Aspectos Sócio-Econômicos

a) Demografia

Segundo estimativa do Centro de Informações de Dados (CIDE) da Secretaria de Estado de Planejamento, Desenvolvimento Econômico e Turismo do Governo do Estado do Rio de Janeiro, Seropédica apresentava no ano de 2005 uma população de 73.500 habitantes (90% localizados na região urbana, de acordo com dados do Censo Demográfico do ano de 2000) e uma taxa média de crescimento anual de 2,43%.

¹⁰ Dados fornecidos pela Secretária Municipal de Ciência, Tecnologia, Inovação, Indústria e Comércio de Seropédica.

Em relação ao Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), Seropédica ocupa a 47ª posição considerando os 92 Municípios do Estado do Rio de Janeiro, apresenta um (IDHM) de 0,759, o que o coloca na 1.6098 posição no ranking nacional. O índice de participação na distribuição de ICMS é de 0,281 (de 0 a 1). Suas principais atividades econômicas são: Comércio, Indústria, Extração Mineral e Agricultura.

b) Potencial Econômico do Município

Seropédica representa 1,0% do Produto Interno Bruto (PIB) da Região Metropolitana.

A composição do PIB do município, em 2000, obedeceu a seguinte divisão:

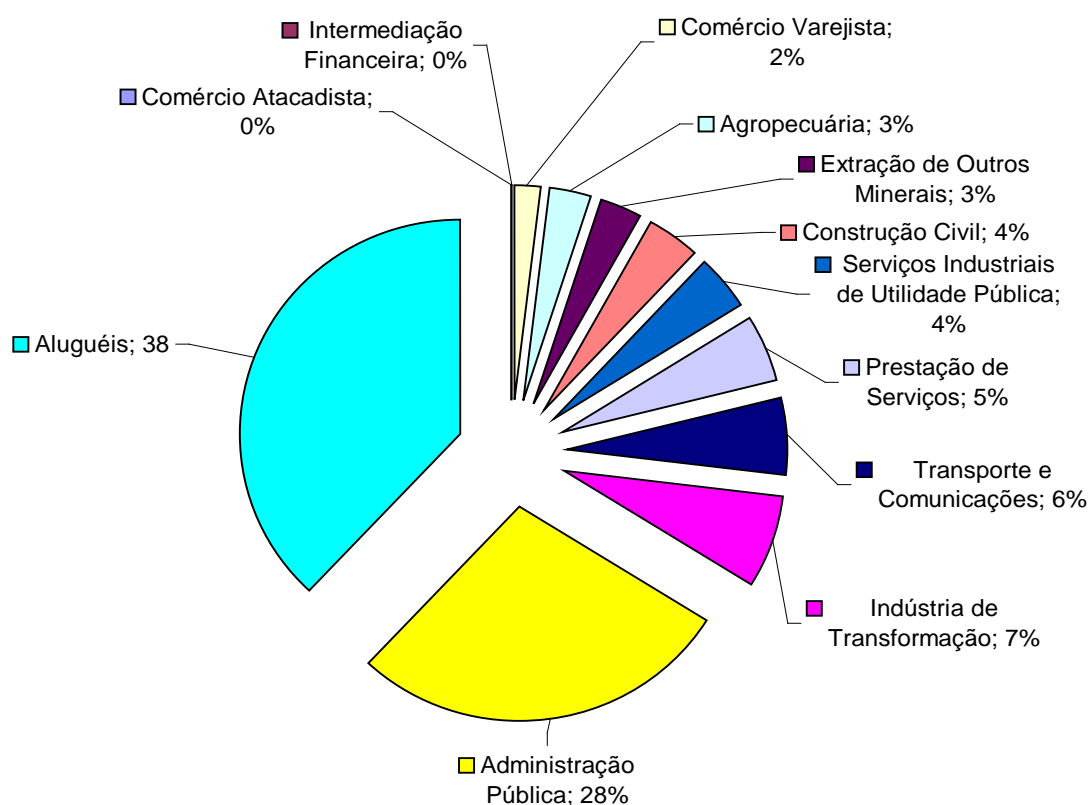


Gráfico 1: Potencial Econômico de Seropédica

Fonte: Estudo Socioeconômico (2001)

Dentre os diversos tipos de atividades econômicas que se desenvolvem em Seropédica, a que mais se destaca é a do setor imobiliário, com 38% do total, seguida bem próxima pela administração pública, com 20,3%. Em terceiro vem a indústria de transformação, com 7%, acompanhada dos setores de transporte e comunicação, com 6% e da prestação de serviços com 5%. Destacam-se também os serviços industriais de utilidade pública, a extração de minérios, a construção civil, a pecuária e o comércio varejista, que juntos respondem por 16% da participação do Município do PIB regional.

De acordo com o Estudo socioeconômico de 2001, todos os setores apresentaram expressivo crescimento, sendo predominante a participação do setor público no total de postos de trabalho.

1) Setor Primário

Existe tradição da fruticultura no município de Seropédica, especialmente banana, côco e goiaba. A olericultura também é tradicional e com potencial de desenvolvimento, com destaque para a produção de quiabo e aipim.

2) Setor Secundário

A fabricação industrial de alimentos é uma atividade tradicional em Seropédica, que apresenta um bom potencial de desenvolvimento. Em especial, deve ser registrada a presença da Universidade Rural, realçando a vocação desse município.

Em geral, a região apresenta condições favoráveis para as indústrias extrativas. Possui recursos naturais e tradição na extração de areia para a indústria de construção civil.

Apesar de pouca tradição no setor moveleiro, foi identificado em Seropédica o potencial para desenvolvimento de indústria de mobiliário, consistente com a proximidade dos mercados consumidores.

Ainda, segundo conclusão do estudo socioeconômico realizado pelo Centro de Informações de Dados (CIDE) da Secretaria de Estado de Planejamento, Desenvolvimento Econômico e Turismo do Governo do Estado do Rio de Janeiro, em 2001, foi apresentada a importância do turismo como fator de desenvolvimento e da implantação dos corredores florestais para recomposição de ecossistemas e manutenção da biodiversidade.

4.1.4. Indicadores de Gestão

Com relação aos instrumentos de gestão urbana, o município não tem Plano Diretor e não tem Lei de Perímetro Urbano, importante instrumento para delimitação das áreas de cobrança do IPTU municipal e do ITR federal.

Seropédica não tem Lei de Parcelamento do Solo, dispositivo que deve estabelecer os padrões urbanísticos mínimos para implantação de loteamento urbano, tais como sistema viário, equipamentos urbanos e comunitários, áreas públicas, bem como as responsabilidades dos agentes privados e do poder público, tipificando crimes urbanísticos. O município não tem Lei de Zoneamento, não tem legislação sobre áreas de interesse especial e não tem instrumento legal sobre áreas de interesse social.

Finalmente, ainda no aspecto da gestão urbana, Seropédica tem Código de Obras e Código de Posturas, datados de 1997, e não tem outros instrumentos de planejamento.

Seropédica tem cadastro imobiliário e Planta de Valores, cuja última atualização ocorreu em data ignorada. No que se refere às unidades territoriais, o cadastro foi atualizado pela última vez também em data não informada.

Seropédica possui Conselho de Educação, regulamentado e instalado, paritário, de caráter deliberativo, que não administra o Fundo Municipal; tem Conselhos de Saúde

e de Assistência e Ação Social, apenas regulamentados, paritários, de caráter consultivo, que não administram o Fundo Municipal.

Não possui Conselhos de Direitos das Crianças e dos Adolescentes, Emprego e Trabalho, Turismo, Habitação, Meio Ambiente, Transportes e de Política Urbana. Seropédica tem outros conselhos não especificados.

O município não possui Comissão de Defesa do Consumidor, Núcleo ou Delegacia de Mulheres, Defesa Civil e Juizado de Pequenas Causas.

4.1.5. Infra-Estrutura Urbana

a) Abastecimento de Água

O serviço de abastecimento de água no município de Seropédica está a cargo da CEDAE – Serviço Autônomo de Água e Esgoto. Trata-se de uma autarquia, serviço autônomo financeiramente, cujo comando político é do Estado. É responsável pela captação, recalque, tratamento, reservação e distribuição da água. O Serviço atende à 80% das residências do município.

b) Rede de Esgoto

Não existe tratamento de esgoto no município, sendo que o mesmo é lançado *in natura* diretamente no rio Guandu. Há, entretanto, um projeto para criação da ETE - Estação de Tratamento de Esgoto. O saneamento atende à 70% população de Seropédica

c) Limpeza Pública

A coleta de lixo residencial é realizada pela empresa Limpacol Comercio e Serviços Ltda, contratada pela Prefeitura no início de 2005, e atinge 50% - 40 ton/dia % do município. A Prefeitura é responsável pela coleta de lixo empresarial e pela varrição pública. Não há coleta seletiva de lixo.

O lixo hospitalar é coletado por outra empresa contratada, a Locanty Comércio e Serviços Ltda, que utiliza um caminhão adequado. O material é despejado no aterro sanitário de Duque de Caxias. Não existe a inceneração, tratamento apropriado para este fim.

No geral são produzidos diariamente 80 toneladas de lixo em Seropédica. A maioria do lixo é depositado no aterro sanitário de Seropédica, uma área abrigada por Colinas, distribuído a céu aberto.

Existe uma usina de reciclagem próxima à área do aterro. Apesar deste fato, o lixo continua a ser depositado neste vazadouro.

e) Energia Elétrica

A energia elétrica da cidade provém da subestação hidrelétrica. A voltagem é de 110V, sendo que 100% das residências contam com energia elétrica e 80% das ruas são iluminadas.

Fonte: Secretaria Municipal de Ciência, Tecnologia, Inovação, Indústria e Comércio, Secretaria de Obras e Empresa Limpacol Comércio e Serviço Ltda

f) Transporte Urbano

O transporte urbano intermunicipal em Seropédica é precário, com tarifas consideradas elevadas. O Município conta com os seguintes meios:

1) Transportes rodoviários Municipais/Intermunicipais

- Seropédica – Campo Grande/RJ
- Seropédica – Nilópolis
- Seropédica – Piraí
- Seropédica – Paracambi
- Seropédica – Itaguaí
- Seropédica – Central/RJ
- Seropédica – Castelo/RJ
- Transportes alternativos – Vans, Kombis, Motos, táxis e outros

Seropédica não possui terminal rodoviário.

2) Transporte Ferroviário

A ferrovia mais próxima de Seropédica encontra-se em Paracambi, distante 38 km da cidade.

3) Transporte Aéreo

Aeroclub - Categoria A3 (desativado)

g) Circulação Interna

Seropédica apresenta 30% de suas vias pavimentadas, com asfalto ou paralelepípedos. Em muitos trechos há uma má conservação da pavimentação ou do leito carroçável de vias de acessos importantes e de vias utilizadas pelo transporte coletivo.

A sinalização de trânsito é incipiente, faltando sinalização de regulamentação, advertência e de orientação. Não há placas com nomes e sentido das ruas, nem faixas de pedestre. É inexistente a sinalização turística.

h) Comunicação / Informação

1) Correios

Segundo Secretaria Municipal da Ciência, Tecnologia, Inovação, Indústria e Comércio, existem dois postos de correio localizados no centro da cidade e um na UFRRJ.

2) Rádio

Emissora Regional Rádio. Agito FM 102,5

Fonte: Lista Telefônica Telemar – 2006

3) Jornais

Dentre os principais informativos publicados em Seropédica, circulam os seguinte periódicos:

- Seropédica, com tiragem de 8 mil exemplares e periodicidade mensal;
- Folha Municipal, com periodicidade quinzenal;
- Rural Semanal, informativo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, com tiragem de 4 mil exemplares e periodicidade semanal.

4) Telefones

Seropédica conta com cobertura das seguinte telefonias:

- Nextel
- Telemar
- Vivo
- Claro
- Tim
- OI

Fonte: Secretaria Municipal da Ciência, Tecnologia, Inovação, Indústria e Comércio

i) Segurança

1) Polícia Civil

É representada pela 48ª Delegacia Policial, localizada no Centro de Seropédica, com plantão permanente de 24 horas.

As principais ocorrências policiais registradas, no 2º semestre de 2005, referem-se a: lesão corporal (25%), furto (22%), ameaças (21%) e roubo (11%), conforme o gráfico 2. Os maiores incidentes ocorrem durante o período letivo.

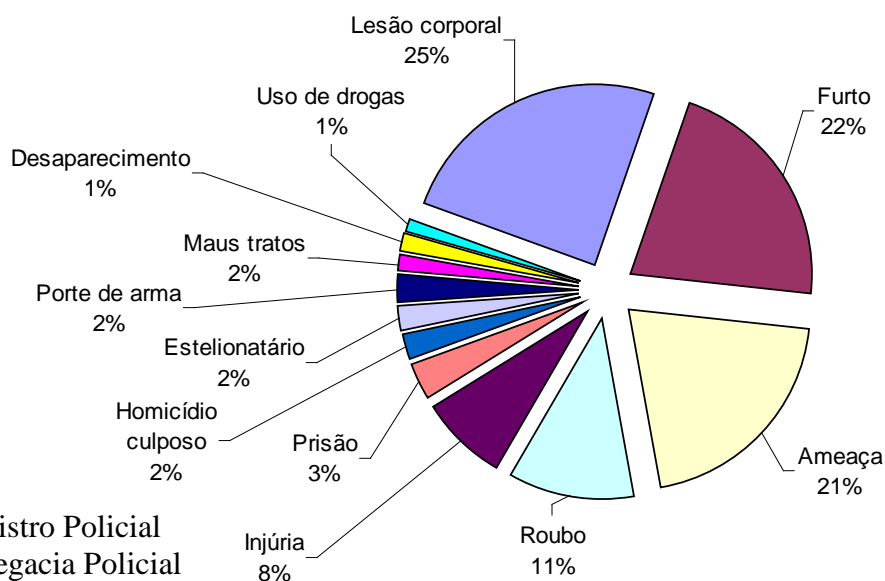


Gráfico 2: Registro Policial
Fonte: 48ª Delegacia Policial

2) Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro

É representado pela 4ª Companhia do 24º Batalhão da Polícia Militar de Queimados, que dispõem de dois Destacamentos de Polícia Ostensiva em Seropédica (DPO), localizadas no Centro do município e em Campo Lindo. Realizam policiamento ostensivo 24 horas.

Fonte: DPO Seropédica

3) Salvamento - Corpo de Bombeiros Militar

No município de Seropédica não possui uma corporação de salvamento. As ocorrências são atendidas de forma segmentada pelo 25º Grupamento Bombeiro Militar de Paracambi e pelo 5/10º Grupamento de Itaguaí.

As ocorrências de maiores incidências referem-se aos acidentes automobilísticos. São registradas em média de sete a oito ocorrências por semana.

Fonte: 25º Grupamento Bombeiro Militar de Paracambi

4) Guarda Municipal

Seropédica não possui Guarda Municipal

5) Serviço de Saúde

Seropédica tem Gestão Plena de Atenção Básica, não dispõe de hospitais conveniados ao Sistema Único de Saúde (SUS), não possui pronto socorro, clínica especializada, ambulatório de hospital geral, policlínica e Centro de saúde. Os atendimentos emergenciais são encaminhados para hospitais de referência, entre eles: Rocha Faria, Hospital Pedro II e Hospital Geral de Nova Iguaçu (Posse). Dentre os problemas encontrados na área da saúde pública do município destacam-se: má conservação da estrutura física das unidades de saúde; falta de medicamentos, de equipamentos e de equipe técnica.

Seropédica apresenta a seguinte estrutura de saúde:

Quantidade	Unidades de saúde
03	Postos de saúde, com atendimento 24h
01	Hospital Maternidade(atendimento a parto normal), com 18 leitos
16	Unidades ambulatoriais básicas
01	Centro de atendimento psico-social
02	Unidades básicas de atendimento móvel (SAMU)
01	Resgate (sistema de atendimento em acidentes de rodovia)
04	Equipes do Programa de Saúde da Família (Médicos, Enfermeiros e agentes de saúde)

Cabe ressaltar que a Secretaria de Saúde de Seropédica, não possui dados estatísticos atualizados dos serviços e atendimentos prestados no município, necessários para maior controle e avaliação da assistência básica de saúde, a qual é responsável.

Fonte: Estudo Socioeconômico (2001); Postos de Saúde; Hospital Maternidade.



Foto: Hospital Maternidade de Seropédica

4.1.6. Aspectos Turísticos de Seropédica

a) Cenário Natural do Município

O cenário natural de Seropédica vem sendo estudado pelo Departamento de Geociências da UFRRJ, que possui acervo do perfil ambiental pelo sistema de geoprocessamento, o que permite ter uma visão ampla do potencial e das fragilidades do meio ambiente da região.

1) Drenagem de Seropédica

Em superfície, Seropédica é drenada por três significantes rios: Guandu, Piloto e Dos Bois..

A Baixada de Sepetiba, ou seja, os baixo e médio cursos da bacia do Guandu compõe um aquífero de alto potencial para exploração de água. Este fato é devido as seguintes características:

O município de Seropédica abrange a área mais significativa desta formação geológica (expressividade territorial; espesso “pacote” de aluvião; boa permeabilidade; porosidade primária e caráter livre), para fins de exploração da água e areia;

O nível da água subterrânea localmente é raso, variando entre 2,40 a 8,35 metros, mantendo uma média de 4 metros de profundidade;

O aquífero coloca-se bastante vulnerável à contaminação. Trata-se da influência por agrotóxicos e aterros sanitários clandestinos, por exemplo, devido a sua situação de não confinamento (é livre), nível raso de água e grande permeabilidade dos sedimentos;

A água pode ser extraída tanto no meio poroso como no meio fissurado em rochas de superfície e subsuperfície;

A recarga dos aquíferos é de 192 mm, sendo que este excedente infiltra no período de dezembro a abril, na estação chuvosa;

Há no município algumas e extensas lagoas, cujas dimensões sugerem um expressivo volume de água armazenado;

Aproveitamento imediato deste aquífero para fins domésticos e industriais. Porém, são imprescindíveis o controle e a vigilância, quanto a agrotóxicos e aterros sanitários.



Foto: Rio Guandu

2) Os solos de Seropédica

O município de Seropédica apresenta na baixada três tipos de solos específicos, com respectivos aproveitamentos:

- **PLANOSSOLOS NEOSSOLO** - Solo acinzentado, siltico-arenoso a arenoso franco, cujo lençol freático está localizado próximo à superfície. Este tipo de solo é propício para pastagem e uma variedade de cultivos do tipo tradicional e familiar. Assentamentos Rurais existentes: Eldorado e Sol da Manhã.
- **GLEYSOLOS** - Tipos de solos oriundos de antigos brejos assoreados, geralmente associados a canais, distribuídos entre as Colinas Aplainadas, Rampas de Sopé e em setores do Polígono dos Areais. São mais aproveitados para agricultura.
- **SEMI-ORGÂNICOS** - Trata-se de uma pequena “mancha” na área de convergência da drenagem da microbacia do rio Itaguaí, próximo à ponte da reta Piranema. Sua fertilidade natural impõe cultivos apropriados às características físicas do solo, como as olerícolas desenvolvidas nas várzeas das áreas do INCRA.

Na área das Colinas e Encostas Serranas encontram-se os seguintes solos, com os respectivos aproveitamentos:

- **PODZÓLICOS** - Ocorrem como formações superficiais das Colinas agrupadas e isoladas, e setores das Encostas Serranas. Solos de baixa fertilidade, muito sujeito a processos erosivos, principalmente se acelerados pelo pisoteio do gado, como no caso das Colinas mais altas, distribuídas ao nordeste do município, sendo aproveitado para pastagem e material para aterro.
- **CAMBISSOLOS HÁPLICO** - Distribuídos predominantemente nas Encostas Serranas, destacando-se os afloramentos da rocha “apodrecida” e maciça. Apresentam coloração acinzentada, argilo-arenoso e areno grosseiro, granulometria grosseira. Possui boa drenagem por ser dissecado por altos cursos da drenagem local. Trata-se de um solo bastante vulnerável à deslizamentos e desmoronamentos, pelas suas características físicas, friável, ocorrência de material rochoso e alta declividade.

3) A cobertura vegetal de Seropédica

Em Seropédica destacam-se as seguintes formas de vegetação:

- Fragmentos de Mata Atlântica - São fragmentos da antiga floresta com vegetação densa distribuída nas encostas serranas e capoeira, tipo de cobertura vegetal mista, ou seja, compõe-se de árvores e arbustos. O desmatamento deu lugar à pastagem, vegetação rala, tipo capim, onde o gado se distribui.
- Arbórea - Arbustiva e Sítios Rurais -Tipo Savana Aberta, arbustiva-herbácea, com espécies predominantemente Heliófitas, de crescimento rápido e curto ciclo.
- Herbácea Hidrofita (Junco) - É um tipo de vegetação que se distribui em áreas alagadas.

4) O relevo de Seropédica - Geomorfologia

Tipos de relevo (Geomorfologia) encontrados no município e seu aproveitamento para uso sustentável:

- Planície do Rio Guandu - extensa área aplainada, trabalhada pelos rio Guandu e seus afluentes Bois e Piloto, formando as *Várzeas* - antigos brejos inundáveis, antes do saneamento geral da Baixada de Sepetiba, na década de 1940. Estas áreas apresentam riscos de enchentes, são aproveitados para cultivos tradicionais, orgânicos e familiar em solos do tipo Orgânicos
- Terraços Fluviais - extensas áreas de constituição predominantemente arenosa, mais afastadas da influência das inundações, ocasionadas pelos rios. Áreas aproveitadas para: *cultivos, pecuária, extrativismo de areia e abertura de poços artesianos.*
- Rampas de Sopé das Encostas - áreas com uma morfologia caracterizada por rampas dissecadas, posicionadas descontinuamente em sopés das serras e colinas. Solos adequados (material proveniente das altas encostas-fonte), para tipos específicos de cultivo. Morfologia adequada para a pecuária intensiva.

5) Colinas de Seropédica

Conjunto de Colinas “ilhadas” na extensa Planície do rio Guandu ou Baixada de Seropédica, distribuídas em dois tipos:

- Colinas Aplainadas - onde se estendem a cidade de Seropédica, a UFRRJ e a EMBRAPA. Constituídas por solos areno-síltos-argilosos, “in situ” e transportados.
- Colinas Estruturais - são mais altas e “soldadas” à serra, ocorrência de afloramento de rochas. Aproveitadas para a pecuária e extração de brita em afloramentos rochosos. Existem setores nestas encostas sujeitos a deslizamentos de blocos rochosos.

6) Serranias de Seropédica

Equivale aproximadamente a 20% da área total do município. Estreita faixa de encostas serranas ao noroeste e norte do município, componentes do Interflúvio das serras do Caçador e Mazomba, abrangendo as:

- Encostas ou Borda Serrana - escarpas e encostas frontais componentes do “cinturão” da Serra do Mar, dissecadas por afluentes do rio Guandu, onde ocorrem estreitos vales. Dominantemente ocupadas pelo uso de pastagem, seguida pelo cultivo da banana, são constituídas por solos do tipo Latossolos, Cambissolos e Litossolos, embasados por rochas do grupo dos Gnaisse, adequados para cultivos da banana; Existem setores ainda que necessitam serem protegidos com relação ao seu potencial para mananciais hídricos de superfície (cachoeiras), apropriados para atividades de ecoturismo.

- Encostas com Afloramento Rochoso – são as médias e baixas encostas serranas côncavas ou convexas, onde ocorrem espraiamento de matacões e blocos rochosos envolvidos em mata argilo-siltosa ou argilo-arenosa, derivados de antigos desmoronamentos das altas encostas. Áreas muito vulneráveis a desmoronamentos.
- Vales Fluviais - Abrangem a *Calha Fluvial* e os *Terraços* ao longo do leito.
- Calhas de Vales Estruturais - são os leitos de rios encaixados, com inúmeras cachoeiras e matacões (pedras soltas), que descem da alta encosta com alta velocidade, formando inúmeras corredeiras. Podem ser aproveitadas para o ecoturismo.
- Terraços Fluviais - são minúsculas planícies desenvolvidas por depósitos aluviais ao longo dos rios nas médias encostas, quando a energia do rio começa a diminuir, favorecendo a instalação dos depósitos areno-argilosos em suas margens. Aplicada à Educação Ambiental

Fonte: Laboratório de Geoprocessamento Aplicado da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – Departamento de Geociências.



Foto: Região Serrana de Seropédica

b) Patrimônio Histórico-Cultural

1) Arquitetura

a. Ponte dos Jesuítas

Localizada entre a divisa de Seropédica e Santa Cruz. A obra arquitetônica construída pelos padres Jesuítas em 1752, que, provavelmente, serviu para controlar até 1911, as águas do Rio e inundações. Segundo historiadores, a ponte foi construída em cantaria, com alvenaria gorda, de cal das ostras da ilha da Pescaria e areia fina, material este de muita resistência usado nas juntas das construções da época. Em suas bordas elevam-se paralelamente dois paredões de 30 centímetros sobrepostos por 8 colunas retangulares, terminadas artisticamente e simetricamente, orlando o seu abaulado piso, calçado com sólidas lajes de variadas proporções. Rematando as colunas, havia em cada uma a clássica e pitoresca pinha de “louça do Porto”.

Recentemente a obra arquitetônica, foi tombada pelo Patrimônio Histórico, por fazer parte do mais rico patrimônio da Companhia de Jesus no Brasil. Porém as duas pinhas de “louça do Porto” e duas colunas foram retiradas e roubadas. O monumento também foi pichado.

b. Igreja de Nossa Senhora da Conceição do Bananal

Foi a primeira igreja de Seropédica, em 1817, erguida como uma capela em terreno doado por Francisco do Amor Divino e Maria Rosa do Nascimento Pereira e Souza.

Em 1871, o governo da Província do Rio de Janeiro liberou recursos para a reforma da Matriz do Bananal. A antiga capela deu lugar à uma igreja construída toda em pedra e cal, com paredes de 60 centímetros e torre sineira com 5 metros de altura. Quando já centenária, em 1962, a igreja já havia sido abandonada e encontrava-se em ruínas. Foi demolida e sobre a sapata da sacristia foi erguida a pequena capela do Jardim Maracanã. Ainda hoje se pode ver as pedras de suas fundações, dando idéia de sua grandiosidade.

c. Fazenda Caxias

Em 1848 na Fazenda Caxias¹¹, à época denominada “Fazenda Santa Teresa”, começou a funcionar a primeira companhia da seda do País, “o Estabelecimento Seropédico”, de propriedade do gaúcho José Pereira Tavaves. Dom Pedro II tornou-se um dos principais acionistas e ela passou a chamar-se Imperial Companhia Seropédica Fluminense e sobreviveu até 1858.

Na descrição da fazenda em 1848, o local destinado à criação do bicho da seda era um sobrado. Num outro sobrado, haviam casuleiros numa superfície de 11.520 palmos distribuídos em várias ordens que permitiam a fácil criação. Em edifício distante 40 passos do viveiro, ficavam o laboratório e a fiação, também construídos em alvenaria de pedra e tijolo. A fiação ocupava o mesmo prédio do laboratório e, nela, se processava o desenvolvimento do fio simples do casulo. O proprietário morava numa casa que se perfilava com o viveiro, ao lado da qual existiam outras servindo de dependências aos edifícios principais.

A Companhia de seda acabou sendo liquidada e ficou abandonada, mas em mãos de um depositário. Em 1866, o capitão Luiz Ribeiro de Souza Resende arrematou seus direitos de foros e sua esposa Maria Ambrosina da Mota Teixeira de Resende se dedicou à criação do bicho da seda. Em 1876, ela foi convidada a participar de Exposição no Rio de Janeiro. Mas o grande sucesso da companhia de seda foi a participação na Exposição Norteamericana, onde apresentou a única máquina de fiar seda. Colonos da Itália especializados no assunto foram contratados para o cultivo da amoreia, da vinha e nos trabalhos da fábrica.

Em 1890 a velha fazenda mais uma vez foi passada à uma Companhia interessada em dar continuidade à indústria, o que não aconteceu. A fazenda ficou abandonada, ruindo grande parte do casarão. Em 1915, a Empresa de Obras Públicas

¹¹ Fotos no anexo pág 114 a 117.

concedeu foros de Seropédica ao cidadão Cassimino Caxias Santos, com permissão da Fazenda Nacional.

Atualmente grande parte da estrutura da casa foi demolida e modificada. Os sobrados, inclusive, foram reduzidos ao andar térreo.

Fonte: Biblioteca Municipal de Seropédica - Jornal Seropédica, nº 73, de Out/2005.



Foto 03: Lateral da Fazenda Caxias - Antiga Seropédica de Itaguaí

d. Fazenda Paraíso da cidade

A Fazenda Paraíso é admirada por sua beleza, calma e cenário da história das antigas fazendas. Ela já serviu de palco para as gravações da novela “O direito de amar”, do Você Decide e para o clip do cantor Sérgio Reis. Situada às margens da Estrada Rio-São Paulo, próximo ao km 52, tornou-se um marco da Cidade de Seropédica por preservar a arquitetura original construída em estilo colonial pobre, próprio da época anterior às riquezas dos Barões de Café. O imponente casarão branco com janelas retangulares azuis e estrutura de madeira, mantém intacto o telhado ainda com telhas feitas nas coxas pelos escravos. Em 1972, a propriedade foi adquirida por Marun Jazbik (falecido em 02 de dezembro de 2005), para criação de gado gyr. A documentação legal da fazenda data de 1920, mas acredita-se que a propriedade seja bem mais antiga, visto que o proprietário encontrou uma pedra com uma inscrição datada em 1787, porém os empregados a perderam antes que se pudesse fazer um estudo sobre a originalidade do marco histórico.

Fonte: Biblioteca Municipal de Serpédica - Jornal Seropédica, nº 10, de Mar/2001 e 77, de Jan/2006.



Foto: Fazenda Paraíso da Cidade

2) Religioso

Dia de Santa Terezinha

O Dia 1º de outubro é o dia consagrado a Santa Terezinha. Comemora-se a data com procissão, repiques de sinos e queima de fogos. O evento é realizado na Igreja de Santa Terezinha

3) Ciência e Tecnologia

A Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro¹² tem suas origens a partir de 1910. Período em que se estabeleceu a base fundamental do ensino agropecuário no Brasil, com a criação da Escola Superior de Agronomia e Medicina Veterinária, com sede instalada no palácio do Duque de Saxe, onde hoje se encontra o CEFET/MEC, no Maracanã, Rio de Janeiro.

¹² Fotos no anexo pág 123

Em 1916 fundiu-se à Escola Agrícola da Bahia e à Escola Média Teórico-Prática de Pinheiro, onde hoje estão instalados o Campus de Pinheiral e a Escola Agrotécnica Nilo Peçanha.

Em 1918, a Escola foi transferida para Niterói, onde funciona hoje o Horto Botânico do Estado do Rio de Janeiro.

Em 1927, a Escola mudou-se para a Praia Vermelha, no Rio de Janeiro.

Em 1934, o Decreto 23.857 transformou os cursos em Escola Nacional de Agronomia, Escola Nacional de Medicina Veterinária e Escola Nacional de Química.

A Escola Nacional de Química, transferida para o antigo Ministério da Educação e Saúde, passou a ser denominada de Escola de Engenharia Química da atual Universidade Federal do Rio de Janeiro – antiga Universidade do Brasil.

Em março de 1934, as Escolas Nacionais de Agronomia e Nacional de Veterinária tiveram o regulamento comum aprovado e tornaram-se estabelecimentos-padrão para o ensino agrônômico do País.

Em 1938, pelo Decreto-Lei 982 a Escola Nacional de Veterinária passou a subordinar-se diretamente ao Ministro do Estado.

Em 1943, o Centro Nacional de Ensino e Pesquisas Agronômicas (CNEPA) foi reorganizado. Nascia a Universidade Rural, abrangendo na época a Escola Nacional de Agronomia, a Escola Nacional de Veterinária, Cursos de Aperfeiçoamento e Especialização, Cursos de Extensão, Serviço Escolar e Serviço de Desportos.

Com os Cursos de Aperfeiçoamento e Especialização iniciava-se um programa de treinamento pós-graduado para áreas específicas dos currículos de Agronomia e Veterinária.

Em 1948, a Universidade transfere o seu campus para as margens da Antiga Rodovia Rio-São Paulo, hoje BR-465.

No ano de 1961 a Universidade ganhou um novo órgão, a Escola Agrícola, então com denominação de Escola Agrotécnica Ildefonso Simões Lopes.

Em 1963, pelo Decreto 1.984, a Universidade Rural passou a denominar-se Universidade Federal Rural do Brasil, envolvendo a Escola Nacional de Agronomia, a Escola Nacional de Veterinária, as Escolas de Engenharia Florestal, Educação Técnica e Educação Familiar, além dos cursos técnicos de nível médio dos Colégios Técnicos de Economia Doméstica e Agrícola “Ildefonso Simões Lopes”.

A atual denominação – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – veio com a Lei 4.759, de 1965.

A UFRRJ, uma autarquia desde 1968, passou a atuar com uma estrutura mais flexível e dinâmica para acompanhar a Reforma Universitária que se implantava no País. Com a aprovação de seu Estatuto, em 1970, a Universidade vem ampliando suas áreas de

Ensino, Pesquisa e Extensão, tendo, em 1972, iniciado o sistema de cursos em regime de créditos.

Em 1966 é criado o curso superior de Química. Em 1968, as Escolas Nacional de Agronomia e Veterinária se transformam em cursos de graduação. Em 1969, são criados os cursos de Licenciatura em História Natural, em Engenharia Química e Ciências Agrícolas. Em 1970, têm início os cursos de Geologia, Zootecnia, Administração de Empresas, Economia e Ciências Contábeis. Em 1976, foram criados os cursos de Licenciatura plena em Educação Física, Matemática, Física e o Bacharelado de Matemática.

O primeiro curso noturno – Administração de Empresas – iniciou suas atividades em 1990. Em 1991, foi criado o curso de Engenharia de Alimentos.

Os primeiros cursos de pós-graduação na UFRRJ iniciaram as suas atividades em 1965. Foram oferecidos três cursos em nível de Mestrado: Medicina Veterinária-Parasitologia Veterinária, Agronomia-Ciência do Solo e Química Orgânica – que se consolidaram ao longo dos anos, dando origem a Cursos de Doutorado nos anos de 1977, 1979 e 1993, respectivamente. De 1976 a 1988 foram implantados os cursos de Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos, Patologia Veterinária, Microbiologia Veterinária, Desenvolvimento Agrícola e Fitotecnia. Em 1993, entrou em atividade o Curso de Mestrado em Ciências Ambientais e Florestais; em 1995, o curso de Mestrado em Fitotecnia criou a área de Agroecologia. Foram criados em 1994 e 1995 os cursos de mestrado e doutorado em Biologia Animal, doutorado em Ciências e Tecnologia de Alimentos, doutorado em Sanidade Animal e mestrado em Zootecnia.

Além dos cursos de Mestrado e Doutorado, a Universidade Rural vem oferecendo, nos últimos anos, vários cursos de especialização lato sensu em diversas áreas da Ciência. Em 1996, teve início um novo curso de especialização em Gestão e Estratégia no Agribusiness.

Em 2005, a Universidade Rural firmou convênio com o Ministério de Educação para a implantação da Unidade Acadêmica no município de Nova Iguaçu, onde serão administrados seis cursos de graduação, entre eles: o curso de Turismo e Hotelaria.

A Universidade conta também, com o curso Técnico em Hotelaria que forma profissionais de nível médio, na área de Turismo e Hospitalidade, com habilitação em Hotelaria e Serviços de Alimentação, atendendo a demanda de profissionais qualificados para atuar no setor.

Além das referidas ofertas técnico-científicas, o município de Seropédica possui, ainda, uma das mais produtivas unidades da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa); a Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro (PESAGRO) e a unidade do Instituto Brasileiro de Meio Ambiente (IBAMA).

Fontes: Site da UFRRJ: <http://www.ufrj.br> e o Livro Brasil na rota da seda.



Foto: Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

4) Eventos / Festas

Os eventos realizados em Seropédica têm como objetivo principal integrar a comunidade, com o intuito de despertar o interesse pela história e cultura locais e fomentar a atividade turística, que conseqüentemente gera divisas e empregos.

A maioria destes eventos é realizada pelas Secretarias Municipais com o apoio da iniciativa privada.

No que concerne à divulgação, de forma generalizada, ela é feita com faixas, panfletos e cartazes espalhados pela cidade, com divulgação nos meios de comunicações locais e também com sonorização móvel.

Foi constatado que, nas manifestações de iniciativa popular, a Prefeitura não tem um controle sobre o número de visitantes que participam da festa e tampouco do aproveitamento turístico. Destacam-se:

a. Carnaval

O Serofolia, carnaval fora de época, é uma das principais atrações do município. A festa é comemorada em data móvel.

A Prefeitura de Seropédica realiza o carnaval de rua, que conta com ornamentação, corretos com banda, desfile de blocos da região e carro de som. Tanto nos clubes quanto nos bairros o público, em sua maioria, é oriundo da própria comunidade de Seropédica.

b. Festa do Trabalhador:

Seropédica comemora o Dia do Trabalhador, proporcionando as mais variadas atrações, destacam-se:

- Show musical;
- Campeonatos de futebol de campo, basquete, vôlei;
- corrida (mini-maratona);

O evento é realizado anualmente pela Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer, no dia 1º de Maio. Nele se reúnem pessoas de todas as idades.



Foto: 7ª Corrida de Seropédica

Fonte: Site www.seropedicarj.com.br

c. Aniversário da Cidade de Seropédica:

Seropédica comemora o aniversário de emancipação no dia 12 de Outubro, proporcionando durante todo o mês as mais variadas atrações, destacando-se:

- A Festa da Amora (Expo de Seropédica), realizados em parques públicos ou na UFRRJ, com apresentações de shows artísticos de artistas locais e de renome nacional; exposições; barracas e outros
- culturais: apresentações de corais e peças teatrais;
- esportivas: campeonato de futebol de campo, basquete, vôlei, corrida (mini-maratona);
- religiosas: missas

- comemorações cívicas: hasteamento de bandeiras, desfile cívico com a participação de escolas, apresentação da Banda e da Fanfarra Municipal;

As apresentações não têm data fixa e a Prefeitura aproveita o mês de Outubro para fazer inaugurações de obras públicas.

d. Festa das Crianças:

A comemoração do dia da criança é uma iniciativa conjunta das Secretarias Municipais e é realizada sem data fixa, mas sempre próximo ao dia doze de outubro.

O local de realização é móvel e durante o dia são proporcionadas atividades de lazer para as crianças, como gincanas e brincadeiras. Também são apresentadas peças teatrais das escolas municipais e distribuídos brindes e guloseimas. Esse evento tem a participação apenas da população de Seropédica.

e. Copa da Paz

Campeonato de futebol entre os clubes de Seropédica, para serem selecionados e convocados os jogadores que participarão da Seleção de Seropédica. O evento é realizado entre março e abril. A Seleção de Seropédica é campeão da Baixada Fluminense e destaque do campeonato Estadual do Rio de Janeiro.

Fonte: Secretarias Municipais de Seropédica

f. Infra-estrutura turística

A infra-estrutura turística de Seropédica é rudimentar, dispendo de hotéis de pequeno e médio porte, com destaque para o Hotel e Aba, situado as margens da Rodovia Presidente Dutra e o Hotel Bar e Restaurante Campo Lindo, com aproximadamente 40 unidades habitacionais, além de pousadas de pequeno porte, entre elas: a Pousada Bicho da Seda. Segundo os proprietários dos meios de hospedagem local a taxa média de ocupação anual é de 30%, abaixo dos padrões de mercado. A região conta com alguns restaurantes, pizzaria, bares e lanchonetes, dando-se destaque aos diversos quiosques instalados as margens da Rodovia Rio-São Paulo, onde são comercializados os mais variados serviços e produtos. Existe a necessidade de padronização estética e vigilância sanitária.

O município não possui centro de convenção, cinema, teatro, entre outras ofertas turísticas de recreação e lazer. Os eventos de grande porte são realizados no Auditório Gustavo Dutra da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, que dispõe de 460 lugares. Dentre as opções culturais da região destaca-se o Centro de Memória, situado no pavilhão central da UFRRJ, reunindo um acervo com cerca de três mil fotos, documentos, móveis, equipamentos e objetos antigos. O local mantém exposição permanente e pode ser visitado gratuitamente.

Assim como, o Museu do Instituto de Biologia, também, da Universidade que existe em Seropédica desde 1947, reunindo espécies da fauna brasileira e, ainda, algumas espécies migratórias, como é o caso do pingüim e outras aves. O acervo dispõe entre outros bichos de: guará, tamanduá, jacutinga, pavó, peixes, aranhas, cobras, morcegos, aves, lagartos. O Museu é aberto aos estudantes, com visitas marcadas que são monitoradas e em grupos.



Foto: Quiosques de Seropédica



Foto: Centro de Memória da UFRRJ

4.2. Planejamento Estratégico – Matriz SWOT

Com base no levantamento situacional dos dados pesquisados de ordens primária e secundária parte-se para o planejamento estratégico que consiste em analisar os aspectos turísticos pertinentes ao planejamento almejado. Esta análise itemizada permitirá saber futuramente, como, quando e onde atuar. Trata-se, como citado anteriormente, de "um retrato da realidade". Foi utilizado como metodologia a análise da matriz SWOT, que inclui três etapas distintas: Análise do Ambiente Externo, Ambiente Interno e Fatores Críticos de Sucesso

4.2.1. Análise do Ambiente Externo¹³

O monitoramento do ambiente externo é um fator fundamental para a elaboração do planejamento estratégico e para o sucesso do empreendimento. Nenhuma organização pode operar sem observar tendências do mercado, concorrência, legislação, cliente, etc. Estar atendo às modificações do setor é condição essencial para que o empreendimento possa sobreviver, podendo ser o sucesso ou o fracasso de uma atividade. A análise do ambiente é o processo de identificação de oportunidades, situações externas que dão à organização a possibilidade de atingir os objetivos ou melhorar sua posição competitiva, e das ameaças, situações que colocam a organização diante de dificuldades para atendimento dos objetivos ou de redução da rentabilidade. Situações estas que afetam o cumprimento da missão, dificultando ou facilitando atingir os objetivos traçados (Sampaio, 2002).

a) Identificação de oportunidades para Seropédica

Analisando as oportunidades do ambiente externo do setor turístico podemos ressaltar que o turismo atualmente é considerado o maior negócio do mundo, sendo responsável por aproximadamente “10% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial”. Essa consciência faz surgir ações e novos posicionamentos com relação ao verdadeiro impacto que esta economia pode causar em um país – especialmente em um país como o Brasil.

O turismo no Brasil movimentava US\$ 4,5 bilhões de receita, estando previsto, no Plano Nacional de Turismo, uma receita de US\$ 9 bilhões para o ano de 2007. Apenas como comparação: nos Estados Unidos são movimentados US\$ 80 bilhões; a saber, um país amedrontado pelo terrorismo, *Bin Laden*, e muitas outras ameaças, enquanto o Brasil, ao inverso, possui um povo admirável, com calor humano, alegria, praias e serras bonitas. Deste modo, o turismo se bem trabalhado pode crescer muito (Conselho de Turismo, 2003).

Neste sentido, medidas vêm sendo tomadas pelo Governo Federal, de modo a convergir forças em direção do melhoramento contínuo dos serviços e produtos turísticos nacionais. O Brasil, de uma maneira geral, já possui uma oferta turística, mas agora é que se está conhecendo seu tamanho, peculiaridade, formas, potencialidades e, principalmente, capacidade de atendimento. Isso inclui não apenas empreendimentos diretamente ligados ao turismo, mas também a identificação de outros produtos que são reconhecidamente fatores de agregação de valor – com potencial para serem içados à categoria de produtos principais, como por exemplo, o artesanato, a gastronomia, a cultura e a história de cada região.

¹³ No anexo quadro síntese da análise do ambiente externo e ações propostas (pág 129)

Segundo o Secretário de Políticas Públicas do Ministério do Turismo “O turismo no Brasil começa a ser entendido como uma economia extremamente rentável”. Porém, para que isso aconteça, é fundamental que os governos estaduais e municipais adotem e encampem a idéia, despertando na iniciativa privada o sentimento de desenvolvimento integrado. A função das organizações públicas neste caso é de agregar, unir, convergir esforços – atuando como um agente efetivo de desenvolvimento.

Cabe aos administradores uma nova postura - revendo conceitos, como por exemplo: competitividade, qualificação, segmentação de produtos e mercados-alvo. Há que se ter visão, postura empreendedora e, principalmente, postura pró-ativa para que o empresariado brasileiro de turismo tenha retorno de capital investido e desenvolva-se econômica e financeiramente. Também terá que investir em mídia, planejamento, controle constante de qualidade e treinamento (Conselho de Turismo, 2003).

Outra grande alavanca impulsionadora do ambiente externo, que vem fazendo parte do elenco de ansiedades da sociedade há algum tempo, é a preocupação com a preservação do meio ambiente e, conseqüentemente, com a qualidade de vida das pessoas. Intensifica-se, com isto, no mundo inteiro e mais recentemente no Brasil, a demanda por atividades que estimulem o desenvolvimento de uma consciência ambiental, e não só ecológica, do ponto de vista da natureza, visando as questões sociais, culturais e econômicas relacionadas à existência do ser humano (Amâncio, 2001).

A crescente preocupação mundial com a questão ambiental e o aumento no número de pessoas que desejam realizar atividades junto à natureza favorece a criação de programas de turismo rural e de educação ambiental em unidades de produção agroecológicas. Criando mercados locais e diferenciados, o que estimula a consciência ambiental, a inclusão social e o desenvolvimento local, elevando a renda no meio rural e preservando a natureza.

As atividades turísticas nos espaços rurais como o turismo rural, o ecoturismo, o turismo cultural, entre outras, são modalidades que vem ganhando cada vez mais espaço no mercado nacional e internacional. Para a Organização Mundial do Turismo, enquanto o turismo convencional registra um crescimento de 7,5% ao ano, o ecoturismo ultrapassa 20%. O mercado turístico nos espaços rurais, no Brasil, hoje, gera 30 mil empregos diretos, atendendo meio milhão de turistas e movimentando 500 milhões de reais por ano (MMA, 2003). Graziano da Silva (1997), descreve “*que nos segmentos não patronais, as atividades agrícolas vêm se convertendo em ocupações parciais e de remuneração insuficiente para mantê-los residindo no meio rural em condições dignas de vida. A criação de empregos não agrícolas, tais como o turismo nas zonas rurais é, portanto, a única estratégia capaz de reter essa população rural pobre nos seus atuais locais de moradia e ao mesmo tempo, elevar o seu nível de renda*”, retomando a idéia de desenvolvimento rural.

No Estado do Rio de Janeiro organizações públicas e iniciativas privadas focadas no potencial do turismo em meio rural e, fundamentalmente, nas diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil, lançado em 2004, pelo Ministério do Turismo, vêm formando uma rede de apoio às regiões que de forma estruturada buscam desenvolver seu potencial e melhorar sua posição competitiva no mercado turístico. O Objetivo é desenvolver diversas ações de forma a regionalizar as atividades turísticas, com orientações que promovam o crescimento econômico, a criação e a manutenção de postos de trabalho, promoção do desenvolvimento sustentável local e a fixação da população em suas regiões.

Das organizações que formam esta rede de apoio pode-se destacar: a Secretaria de Turismo do Estado do Rio de Janeiro; a Gerência Regional do Ministério do Turismo – Turisrio; o Fórum Estadual de Turismo/RJ; O Serviço Nacional de Aprendizagem

Rural do Rio de Janeiro – SENAR-Rio e o Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas do Rio de Janeiro - SEBRAE-Rio.

1) Secretaria de Turismo do Estado do Rio de Janeiro tem como função formular e implementar a política estadual de Turismo. Cabe a ela o planejamento, do qual resultará a implantação das metas, cuja gestão e execução competem a Turismo, órgão de economia mista. Na estrutura da Secretaria de Turismo, além da Turismo situa-se também o Conselho Estadual de Turismo, formado por representantes do Poder Público, da iniciativa privada e entidades de classe. O papel do Conselho é fundamental, pois os recursos e a destinação que o Governo Federal designa aos projetos turísticos dos estados são canalizados por ele. Cabe ao Conselho Estadual de Turismo, com a participação dos representantes dos municípios, principalmente, e demais integrantes, definir em que setores, em que projetos o dinheiro do Governo Federal vai ser aplicado e quais os mercados emissores preferenciais para a estratégia de comercialização dos produtos do Rio de Janeiro.

Na estrutura da Secretária Estadual de Turismo situa-se também o Comitê Gestor Estadual de Turismo Rural e Agroturismo, integrado por representantes do *trade* turístico, além de órgãos como SEAGRO, Ministério da Agricultura e PESAGRO, entre outros. O Comitê Gestor concentra sua ótica no potencial do interior do Estado, ocupando-se basicamente de levantamentos, gestão de potencial e formatação de circuitos turísticos no meio rural. O Comitê busca inspirar-se na experiência bem sucedida de países como França, Portugal, Itália e Espanha, no segmento do turismo rural que, ainda, é pouco explorado no Brasil.

Dentre os projetos prioritários propostos no Plano Diretor, da Secretaria de Estado de Turismo, cita-se a intensificação do turismo rural e o ecoturismo, que envolve a divulgação do interior do Estado do Rio de Janeiro. Segundo o Secretário de Turismo, Sérgio Ricardo “o Estado não tem produto consolidado de ecoturismo do porte de Bonito, em Mato Grosso do Sul, ou do Pantanal, nos dois Mato Grosso, a Chapada dos Veadeiros, a Chapada Diamantina, os Lençóis Maranhenses e o Delta do Parnaíba”. Ele acrescenta que “existe nas regiões interioranas a possibilidade de reunir produtos com tais atributos. Nas Agulhas Negras, por exemplo, existe montanhismo, turismo de contemplação, *bike e rappel*, mas acontece de forma isolada. É necessário transformar isso num produto turístico, trabalhar e vendê-lo”. Com relação ao segmento rural, o Secretário de Turismo enfoca que foram criadas novas coordenadorias de turismo rural, obedecendo a divisão do Estado em regiões turísticas. O Vale Ciclo do Café que engloba os municípios de Mendes, Miguel Pereira, Vassouras, Piraí, Barra do Piraí e Valença, entre outros, está sendo trabalhado como projeto piloto, transformando seu potencial turístico em produto turístico. Basicamente são pequenos e médios proprietários, que podem utilizar as suas propriedades, de alguma forma, para a exploração do turismo rural.

2) Fórum Estadual de Turismo/RJ foi criado em 1997 por um grupo de secretários municipais preocupados com o fortalecimento da atividade turística no estado do Rio de Janeiro. É uma entidade civil sem fins lucrativos e tem como principais objetivos: articular junto às instituições federais, estaduais, públicas e privadas recursos e políticas destinadas ao desenvolvimento sustentável do turismo; estimular o intercâmbio de informações entre os municípios que o compõem e participar da formulação das políticas de turismo, entre outros.

Recentemente os secretários municipais de turismo definiram o mapeamento das regiões turísticas do estado considerando a afinidade dos atrativos e a contigüidade dos limites.

Os municípios fluminenses foram definidos em 11 regiões turísticas: Metropolitana, Região dos Lagos - Costa do Sol, Costa Verde, Serra Verde Imperial, Agulhas Negras, Vale do Café, Baixada Fluminense, Serra Norte, Caminho das Matas, Costa Doce e Noroeste das Águas. Destes, os seis primeiros por estarem mais bem estruturados turisticamente foram apresentados ao Ministério de Turismo para garantia do repasse de verbas federais destinadas ao projeto de Regionalização do Turismo. Ressalta-se que os municípios de Seropédica, Japeri, Queimados, Nova Iguaçu, Belford Roxo, Mesquita, São João de Meriti, Nilópolis, Duque de Caxias e Magé formam a região turística da Baixada Fluminense.

REGIONALIZAÇÃO TURÍSTICA - RJ

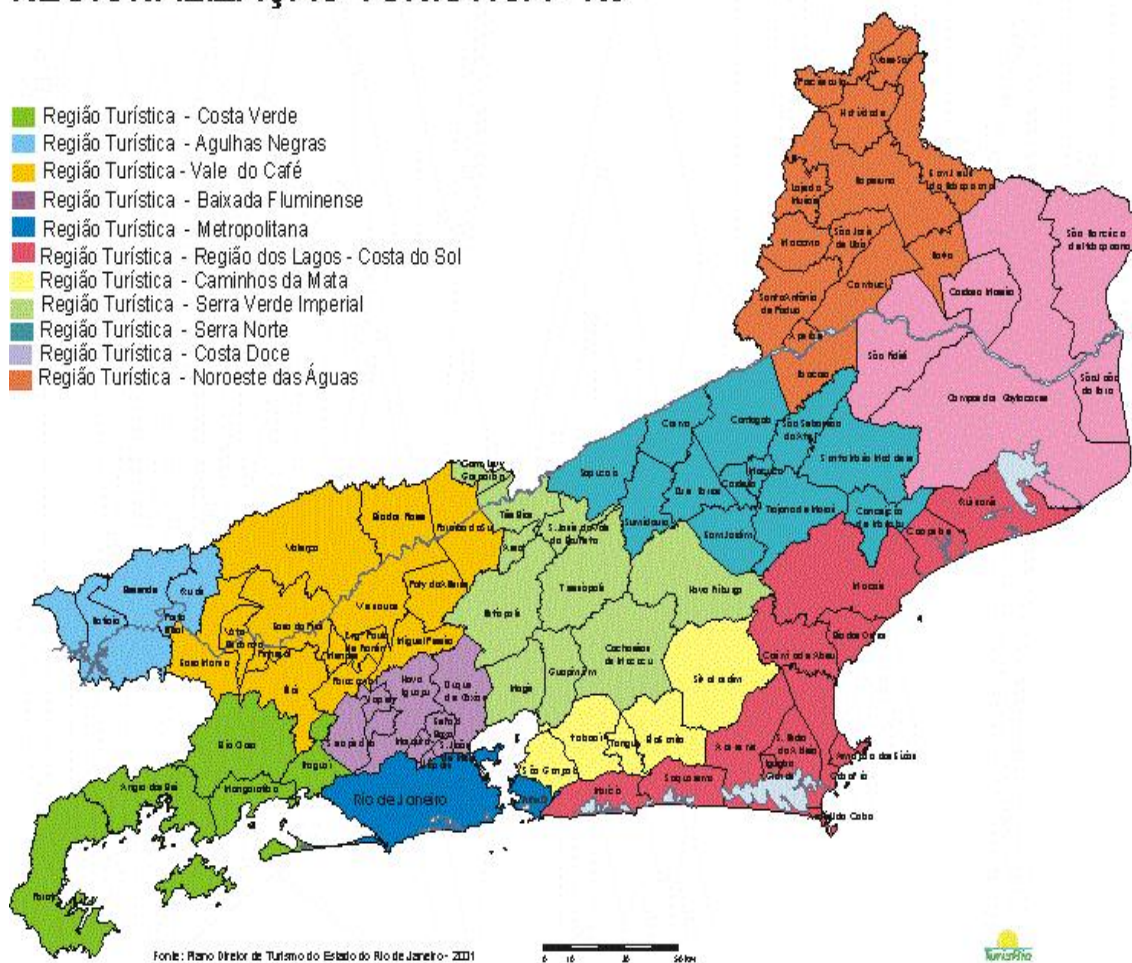


Figura 03: Mapa de Regionalização Turística¹⁴

Fonte: Turismo, 2005

3) Programa Prosperar

Programa voltado para o fortalecimento da agroindústria e turismo rural de base familiar, tirando estas atividades da informalidade, com legislação específica, gerando novas oportunidades de trabalho e desenvolvimento do interior.

Benefícios do Programa Prosperar:

- Crédito para investimento e custeio;

¹⁴ Mapa de Regionalização Turística ampliado no anexo (pág 113)

- Inclusão dos produtos no mercado formal;
- Incentivos fiscais;
- Incentivo à organização de agroindústrias em rede;
- Capacitação de produtores em processamento e gestão do empreendimento;
- Inserção das propriedades nos circuitos de turismo rural.

4) O SENAR-Rio

O Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR foi criado, em 1991, nos moldes do SENAI e SENAC. A Administração Regional do Estado do Rio de Janeiro é um órgão de execução descentralizada das ações de Formação Profissional e Promoção Social de homens e mulheres que exerçam atividades rurais.

O SENAR-Rio, desde que foi criado, tem assegurado aos produtores e trabalhadores rurais fluminenses, a oportunidade de qualificação e de formação profissional, através das ações realizadas em parceria com os Sindicatos Patronais e de Trabalhadores, e outras instituições como: cooperativas, associações de classe, instituições públicas e privadas.

Visa desenvolver ações da Formação Profissional Rural - FPR e atividades da Promoção Social - PS voltadas ao homem rural e seus familiares, contribuindo para sua profissionalização, sua integração na sociedade, melhoria da qualidade de vida e para seu pleno exercício da cidadania.

O público-alvo do SENAR se constitui de trabalhadores rurais, sejam eles assalariados ou autônomos; produtores rurais que trabalham em regime de economia familiar (parceiros, pequenos proprietários, arrendatários e meeiros); jovens e adultos, homens e mulheres que exerçam atividades no meio rural.

O SENAR em 2003, através do Plano de Formação em Turismo Rural, lançou uma série de nove cartilhas desenvolvidas em parceria com a Administração Regional do Paraná, visando, através de cursos interligados, habilitar trabalhadores rurais na atividade turística sem, com isso, alterar o ambiente social e cultural da região.

5) SEBRAE-Rio, Arranjos Produtivos Locais – APL

A atuação do Sebrae para o desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais tem por objetivo apoiar o desenvolvimento de territórios, inclusive os chamados "rurais", que apresentem elementos de aglomeração de micro e pequenos negócios, associados ou não entre si ou a médias e grandes empresas, que operem em forma de rede (empresas-rede), ou mesmo concentrações de grandes indústrias, que apresentem elevado potencial de integração com micro e pequenas empresas.

Diversas ações vem sendo realizadas para o desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais no Brasil, através das aglomerações de empreendimentos localizados em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais, tais como: governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa. No Estado do Rio de Janeiro destaca-se o trabalho realizado com as regiões que formam o ciclo do Café.

O esforço empreendido é no sentido de tornar o território competitivo, ou seja, promover e fortalecer, a partir das demandas e potencialidades dos mercados, seu adensamento empresarial, seu dinamismo socioeconômico, sua inserção efetiva no mercado por meio de seus produtos e suas especializações produtivas.

6) IPAHB

O Instituto de Pesquisa e Análise Histórica e de Ciências Sociais da Baixada Fluminense entidade civil sem fins lucrativos, fundado em 1997 por um grupo de pesquisadores comprometidos em desenvolver ações de mudanças para a região da Baixada Fluminense. Tendo como principais objetivos: oferecer informações sobre a História e Ciências Sociais da Baixada Fluminense; resgatar os valores culturais da população local e debater formas de superar as dificuldades sócio-econômicas da região, tendo em vista a falta de políticas públicas na preservação do patrimônio histórico e ambiental. Dentre as ações realizadas pelo IPAHB destacam-se: Curso de História Geral da Baixada, Curso de Guia Histórico e Ecológico; Acervo Bibliográfico, com cerca de 500 volumes de obras específicas, e Acervo Fotográfico sobre personalidades, locais e arquiteturas históricas sobre a Baixada.

Em 2000, os coordenadores do IPAHB e do Programa Integrado de Pesquisas e Cooperação Técnica na Baixada Fluminense (PINBA) reuniram-se juntamente com agentes culturais locais para discussão e elaboração da Carta Cultural da Baixada Fluminense¹⁵, destacando diversas diretrizes para nortear a formulação de uma política cultural para a região, entre elas:

- * A criação de formas institucionais de interlocução entre o poder público e os agentes culturais locais;
- * A promoção de ações que visem à qualificação profissional desses agentes;
- * O resgate do patrimônio histórico e cultural dos municípios que compõem a região.

b) Identificação de ameaças à Seropédica

1) Baixada Fluminense

Os municípios que compõem a região da Baixada Fluminense, embora possuam muitas vezes potencial turístico (como exemplo, o município de Duque de Caxias, localizado aos pés da Serra da Estrela, junto à Reserva Biológica do Tinguá, unidade de conservação demarcada pela UNESCO e da Área de Proteção Ambiental de Petrópolis que é a 5º maior arrecadação de ICMS do Estado do Rio de Janeiro), permanecem anônimos. Sendo, na maioria das vezes, ocultados pelo impacto negativo que lhes imputam a condição da Baixada Fluminense ser considerada uma das áreas mais pobres do país, devido aos seus problemas urbanos de saúde, transporte e saneamento e, ainda, por manter o estigma de alto índice de criminalidade.

De acordo com o Antonio Rossi, ex-presidente do Fórum de Turismo e Secretário de Turismo de Cachoeiras de Macacu *”os municípios que compõem a região da Baixada Fluminense não se organizam internamente, nem participam de fóruns de discussão de turismo de maneira a mudarem sua condição de rota turística, para tornarem-se pólos turísticos”*.

Desta forma, urge ações políticas no sentido da otimização do potencial turístico, com atuações direcionadas de planejamento e organização territorial.

¹⁵ No anexo encontra-se integralmente a Carta Cultural da Baixada Fluminense (pág 124 a 128)

2) Mídia Negativa

A comunicação é uma parte importante do esforço promocional para a construção de uma consciência sobre o produto turístico, garantindo que o cliente em potencial tenha um sentimento favorável com relação a ele, para que se sinta convicto e tenha maior probabilidade de fazer uma escolha preferindo um destino a outro. Mas, quando as informações veiculadas são de caráter negativos pode ter uma ação devastadora e de difícil recuperação da imagem do destino turístico. O Rio de Janeiro, apesar de ser considerado o cartão postal do turismo nacional, sofre com a associação de sua imagem à violência urbana: roubo, assalto, prostituição, pobreza, agressões contra o turista, descaso político, negligência policial, falta de assistência médica e hospitalar, entre outros. Assistimos diariamente nos meios de comunicação matérias mostrando: turistas sendo enganados por ambulantes ou roubados nos principais pontos turísticos do Rio de Janeiro. Assim como noticiários que apontam a Cidade como o paraíso de turismo sexual, generalizando a prostituição que ocorre no circuito dos bares e boates conhecidos pela frequência exótica da orla de Copacabana. Recentemente, foram veiculadas matérias referentes à febre maculosa, doença transmitida pelo carrapato estrela, em regiões rurais. E, ainda, o aterrorizante ato promovido por traficantes do Rio de Janeiro, que atearam fogo em um ônibus que transportava trabalhadores e estudantes matando cinco pessoas, inclusive um bebê de um ano. Casos com repercussão internacional que denigrem a imagem da cidade e provocam insegurança no turista na hora de decidir sua viagem, acabam fazendo com que o turista dê preferência a outro destino turístico.

3) Regionalização turística (ATL) e qualidade dos serviços prestados pelos concorrentes

Cada vez mais a qualidade nos serviços ganham destaque e importância na atividade turística como um diferencial diante da acirrada concorrência do mercado atual. É necessário que os serviços prestados sejam de qualidade para conquistar a satisfação das necessidades e expectativas do turista, os quais estão, dia após dia, mais exigentes. A melhoria constante dos serviços prestados, os investimentos em equipamentos turísticos e infra-estrutura básica aliado à qualificação das pessoas que trabalham no setor, tem sido fatores primordiais em busca da qualidade e conseqüentes vantagens no mercado. Com essa intenção e buscando ingressar no mercado turístico com maior competitividade, municípios com aproximação geográfica e características sistêmicas, como é o caso da Região do Ciclo do Café, uniram-se e formaram-se em regiões turísticas passando a serem vistos pelos agentes e pelas instituições que apoiam o desenvolvimento municipal, como arranjo produtivo local de turismo. Elemento importante no enfrentamento das pressões de mercado e na gestão do turismo, o que possibilita, conseqüentemente, prover mais recursos para investir na qualidade de seus serviços.

4.2.2. - Análise do Ambiente Interno¹⁶

O conhecimento do próprio setor (suas potencialidades e limitações) é condição essencial para a elaboração do planejamento estratégico. Essa análise do empreendimento que, teoricamente, parece simples é, na realidade, complexa. O próprio julgamento requer identificar e reconhecer seus limites e, muitas vezes, assumir seus próprios erros. A análise interna é o processo de identificação dos pontos fortes, ou seja, as características internas, tangíveis ou não, que fornecem uma vantagem competitiva sobre seus concorrentes ou uma facilidade para atingir seus objetivos, e os pontos fracos

¹⁶ No anexo quadro síntese da análise do ambiente interno e ações propostas (pag 130 e 131)

da organização, características que a colocam em situação de desvantagem em relação a seus concorrentes. Tais características podem afetar a organização no cumprimento de sua missão, dificultando ou facilitando aos dirigentes a atingirem seus objetivos (Sampaio, 2002).

a) Identificação dos Pontos Fortes

Na análise do ambiente interno, o município de Seropédica apresenta um elenco de potencialidades ou oportunidades.

1) Posicionamento Geográfico – Seropédica possui um posicionamento geográfico estratégico. Situa-se na visada Baixada de Sepetiba e é “banhada” pela significativa bacia do Guandu; está próxima de referenciais econômicos significantes, como o Porto de Sepetiba, e também, abrange uma rica geodiversidade natural. Em seu subsolo, encontra-se potencial de areia e de água subterrânea adequados a vários tipos de cultivos (familiar, orgânico e tradicional), a pecuária e ao aproveitamento da água para diferentes destinos (saneamento ambiental e instalação de indústrias). Ainda com relação às potencialidades que lá afloram, encontram-se as atividades nas encostas serranas que circundam o setor noroeste e norte do município (as Serras do Catumbi e da Cambraia), que apresentam fragmentos expressivos de Mata Atlântica e manancial hídrico de superfície.

2) O município tem como destaque três fatores voltados à aptidão agrícola:

1. A Agricultura Familiar e Orgânica - desenvolvida principalmente nos assentamentos rurais, como o Eldorado e Sol da Manhã.
2. A fruticultura, representado pelo cultivo da banana, goiaba e coco.
3. A olericultura, em destaque nas várzeas da área do INCRA.

3) Área de Proteção Ambiental

Além de contar com alguns dos mais bonitos trechos rurais e serranos do Estado, Seropédica é vizinha de municípios com características semelhantes, entre eles: Nova Iguaçu, Engenheiro Paulo de Frontin, Itaguaí e Mendes, compondo um notável patrimônio ambiental. O que vêm despertando nos dirigentes municipais o interesse de investir em projetos de preservação do meio ambiente e na criação de um corredor ecológico.

Destaca-se, também, em Seropédica, a Unidade de Conservação Federal Floresta Nacional Mário Xavier - FLONA¹⁷, o antigo Horto Florestal de Santa Cruz que recebeu esta denominação em 1986, mediante Decreto federal 93.369 de 8/10/88. Está localizada no entroncamento da antiga rodovia Rio – São Paulo com a rodovia Dutra. Administrado pelo IBAMA a unidade conta com plantios de eucaliptos, talhões mistos, Pau-Brasil, Pau-Rei, Sapucaia, Peroba-Vegetal, entre outros. Abriga um Centro de Triagem de Animais Silvestre e, ainda, possui viveiros e oficina de beneficiamento de madeira. O Horto encontra-se em precário estado de conservação.

Considera-se como ponto forte do município o fato da cidade abrigar um dos mais importantes e respeitados centros acadêmicos de pesquisa do País, a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). E, ainda, a unidade da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), referência mundial do setor; a Empresa de Pesquisa

¹⁷ Fotos no anexo (pág 119 e 120)

Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro (PESAGRO); a unidade do Instituto Brasileiro de Meio Ambiente (IBAMA) e a Escola Técnica de Turismo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CTUR).

4) A Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro dispõe de professores, pesquisadores e estudantes produtivos, o que facilita a integração de informações e conhecimentos provenientes de fontes variadas e em diversos temas. Atualmente são administrados, entre outros, cursos de graduação em Administração, Agronomia, Arquitetura e Urbanismo, Ciências Biológicas, Ciências Econômicas, Economia Doméstica, Engenharia Agrícola, Engenharia de Agrimensura, Engenharia de Alimentos, Engenharia Florestal, Engenharia Química, Geologia, Licenciatura em Ciências Agrícolas, Licenciatura em Educação Física, Licenciatura em Física, Licenciatura em História, Matemática, Medicina Veterinária, Química e Zootecnia.

Promove, também, cursos de pós-graduação *stricto sensu* em Biologia Animal, Agronomia Ciência do Solo, Ciência e Tecnologia de Alimentos, Ciências Ambientais e Florestais, Desenvolvimento Agrícola, Fitotecnia, Microbiologia Veterinária, Medicina Veterinária, Parasitologia Veterinária, Patologia Animal, Patologia Clínica, Patologia Veterinária, Química Orgânica, Sanidade Animal e Zootecnia, além de outros cursos de pós-graduação *lato sensu*.

Circulam pela Universidade anualmente, aproximadamente, sete mil pessoas, entre docentes, discentes e funcionários públicos; o que promove um incremento significativo na atividade econômica da região, com destaque ao setor imobiliário, responsável por 38% do PIB do município, de acordo com estudo socioeconômico realizado em 2001.

Destaca-se, também, o convênio com o Ministério de Educação para a implantação da Unidade da acadêmica no município de Nova Iguaçu, onde serão administrados seis cursos de graduação, entre eles: o curso de Turismo e Hotelaria e o curso Técnico em Hotelaria da UFRRJ, formando profissionais de nível médio, para atuarem na área de Turismo e Hospitalidade.

5) A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro – EMBRAPA realizou em 2001 o “Curso de Formação de Monitores em Educação Agroambiental”, tendo como público-alvo os estagiários/bolsistas das instituições parceiras da “Fazendinha”, nome fantasia do projeto “Sistema Integrado de Produção Agroecológica” (SIPA), parceria entre a Embrapa Agrobiologia, a Embrapa Solos, a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro e a Pesagro-Rio, e como diferencial a oferta de subsídios para a formulação de projetos em educação agroambiental e turismo no espaço rural. Focado na ecologia e na interpretação da paisagem, o curso buscou identificar e incorporar elementos do turismo para melhoria do processo de atendimento aos visitantes e capacitar estudantes universitários para atuar neste segmento importante no meio rural, gerando empregos qualificados e oportunidades em um mercado em plena expansão.

Após o término do curso foi concluído pelos pesquisadores da Embrapa, que existe de fato uma grande demanda por atividades que estimulem o desenvolvimento de uma consciência ambiental, tais como o turismo no espaço rural e a educação agro-ambiental. Estas atividades podem ser encaradas como grandes oportunidades de mercado para as unidades de produção agro-ecológicas, pois nelas encontra-se o espaço ideal para a prática destes tipos de ações e o diferencial que um projeto desta natureza necessita. Além da capacidade de geração de renda direta pela própria atividade turística, existe a possibilidade da renda indireta, provinda da venda dos produtos da própria unidade, e também a geração de novos canais de comercialização. Com planejamento e

investimentos corretos e focados no desenvolvimento local e territorial, projetos desta natureza podem ser sustentáveis e promotores de atividades econômicas sem agredir a natureza e promover a melhoria da qualidade de vida das populações envolvidas, através da oferta de serviços e produtos qualificados e de alto valor agregado.

6) A Prefeitura Municipal de Seropédica

A Prefeitura Municipal de Seropédica vem apresentando propostas voltadas a implementação do turismo na região, (através da Secretaria de Ciência, Tecnologia, Inovação, Indústria e Comércio, da Secretaria de Planejamento Urbano; da Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer; da Secretaria de Cultura e da Secretaria de Meio Ambiente). Pode-se destacar, entre elas:

A Proposta de Desenvolvimento Sustentável para o Município de Seropédica - no caminho de uma Cidade Modelo, constitui-se de uma publicação que apresenta 59 ações nos mais diferentes aspectos, visando atender as premissas necessárias para se alcançar o desenvolvimento sustentável do município, que propõem trabalho integrado das Secretarias Municipais e órgãos vinculados.

No que se refere ao turismo, a proposta apresenta a possibilidade do Município atrair ações ligadas ao Rio Guandu, Floresta Nacional (FLONA), turismo ecológico (com guias turísticos), turismo rural (acrescenta que a região dispõe de grande potencial), turismo de negócios, desde que seja ofertada a infra-estrutura adequada. Salienta que a Prefeitura deverá buscar recursos no País e no Exterior, onde existem parcerias fortes que já atendem em outras áreas, como investidores.

Outra proposta existente é a criação da Área de Proteção Ambiental da Serra do Catumbi e da Serra da Cambraia, que compreende uma área de 53,8 km². A proposta tem como principal objetivo garantir e ordenar o desenvolvimento sócio-econômico da região sem a degradação de seus recursos naturais nem do patrimônio histórico e cultural, considerando a necessidade de conter processo dos degradadores atuantes no local, como: loteamentos, ocupação irregular e principalmente mineração que agravam o quadro de degradação ambiental. E como objetivo secundário, desenvolver atividades de lazer, educação e ações economicamente mais viáveis, tais como, o mercado imobiliário controlado e o turismo rural-ecológico e de aventura.

Há também o Projeto de implantação de uma Unidade Industrial, em comunidade rural, para a fabricação de Farinha Integral de Banana, doces e outros complementos, nas comunidades de “Fonte Limpa” e “Sá Fé”, no município, que viabilize soluções tecnológicas para a agro-negócio da banana, além de promover a sustentabilidade do sistema de produção e das atividades econômicas que sirvam de suporte para a complementação nutricional da merenda escolar do município. Ressalta-se que, próximo ao assentamento comunitário rural “Eldorado”, encontra-se em funcionamento parcial a casa da farinha¹⁸, unidade fabril de ação social administrada pelo INCRA.

7) A cidade guarda um rico passado histórico-cultural do século XIX

Teve como marco da época a Imperial Companhia Seropédica Fluminense, dirigida pelo seu fundador José Pereira Tavares, que tinha como seu protetor e sócio sua Majestade Imperial, Dom Pedro II. A fazenda cultivava a amoreira, criação do bicho da seda e produção do fio da seda. A empresa foi a primeira companhia de seda do País e deu origem ao atual nome da cidade.

¹⁸ Foto no anexo (pág 122)

b) Identificação dos Pontos Fracos

1) Necessidade de otimização dos potenciais turísticos

Seropédica apresenta significativos atrativos turísticos relacionados aos segmentos rural, ecológico, cultural, negócios, educação, entre outros, destacando-se respectivamente: as variedades de cultivo do tipo Tradicional e Familiar, nos assentamentos rurais existentes; a Flora, as Serras do Catumbi e da Cambraia; a Fazenda Caxias, que guarda a história do Município através da Imperial Companhia Seropédica Fluminense e a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, conceituados centros acadêmicos e de negócios. Porém o fato de possuir tais atrativos não é suficiente para que a atividade cresça e produza benefícios sociais, econômicos, histórico-culturais e ambientais para a região. Falta ao município transformar este potencial em produto turístico, com ações direcionadas de planejamento e organização territorial, de forma sistemática.

2) Falta de infra-estrutura básica, ambiental e turística

Dentre os problemas encontrados no município destacam-se: a necessidade de recuperação ambiental das áreas que foram degradadas em função de atividades de mineração; desmatamento; erosões e edificações; assim como, as dificuldades sociais decorrentes do aumento do desemprego, da violência urbana e da falta de infra-estrutura básica (habitação, precariedade da saúde pública; carência nas redes de educação; altos preços e deficiência dos transportes; esgoto sanitário; pavimentação; aterro sanitário e outros).

Ainda, a falta de infra-estrutura turística, ou seja, os mecanismos pelos quais se possibilita o turista a usufruir os recursos ou atrativos turísticos, tais como: meios de hospedagem, de alimentação, agenciamento de viagens, entretenimento, sistema de informações e sinalização turística, são praticamente nulos ou inexistentes em Seropédica.

Tais precariedades, além de interferir na qualidade de vida da população local, também, influenciam diretamente na oferta turística derivada que está relacionada a toda infra-estrutura física e social necessária ao atendimento das atividades receptivas da região.

3) Falta de um Conselho Municipal de Turismo

Seropédica não possui um Conselho Municipal de Turismo, organização composta por representantes dos diversos segmentos da sociedade, que entre outras ações fundamentais deve desenvolver um fórum de debates e ações sobre o turismo na região, o que impede o município de participar efetivamente do Conselho Estadual de Turismo, do Fórum Estadual de Turismo e de outras organizações que discutem e apoiam o desenvolvimento turístico local.

4) Falta da elaboração do Planejamento Turístico

Seropédica não elaborou seu Planejamento Turístico, ou seja, um processo que analisa a atividade turística em um determinado espaço geográfico, diagnosticando seu desenvolvimento, fixando modelo de atuação, mediante estabelecimento de

programas/ações/diretrizes com as quais se pretende impulsionar, coordenar e integrar-se ao conjunto macroeconômico em que se está inserido.

O documento que representa este planejamento chama-se Plano de Desenvolvimento Turístico ou Plano Diretor de Turismo, instrumento fundamental para uma proposta de desenvolvimento local turístico e continuidade administrativa.

5) Sistematização da Gestão das Informações.

Não existe no município uma gestão de forma sistematizada para coletar, analisar e disseminar as informações internas e externas, permitindo a utilização destas como base para o planejamento turístico e vantagem competitiva no mercado. Considerando o fato da cidade abrigar centros acadêmicos e de pesquisa de referência mundial (UFRRJ, EMBRAPA, PESAGRO, IBAMA, CTUR), com vasta gama de profissionais qualificados, pesquisadores, documentos e tecnologia disponíveis para auxiliar no desenvolvimento econômico e social da região.

No ambiente externo os Órgãos de Governo Federal, Estadual e Municipais e as entidades civis disponibilizam práticas de gestão, referenciais de excelência do setor que podem ser utilizados para fins de comparação e aproveitamento, pela semelhança na natureza da atividade, das estratégias e das prioridades.

c) Fatores Críticos de Sucesso

Fatores críticos de sucesso são aquelas poucas “áreas-chave” nas quais tudo deve dar certo para que o negócio prospere. Derivam do que é fundamental para a sobrevivência do investimento.

Para esta análise toma-se como base o estudo realizado pela Fundação Getúlio Vargas, em 2005, a pedido da FIRJAN, sobre o ‘dimensionamento da importância econômica do setor de turismo no Estado do Rio de Janeiro e diretrizes para o seu desenvolvimento’, a partir de pesquisa realizada junto a empresários do setor de turismo, visou captar a percepção desses agentes em relação à situação dos principais fatores críticos de sucesso da atividade turística na capital e no interior do Estado do Rio de Janeiro. A análise desse posicionamento propiciou a indicação de diretrizes para o desenvolvimento da atividade turística no Estado.

Considerando os fatores que obtiveram pontuação acima da média foi possível identificar os seguintes conjuntos de prioridades para o Município do Rio de Janeiro e para os municípios do interior do Estado.

Tabela 02: Fatores Críticos de Sucesso no município do Estado do Rio de Janeiro

Fator	Índice	Posição
Segurança pública	85,6	1
Informação/sinalização turística	52,3	2
Limpeza urbana	51,7	3
Conscientização da população para receber o turista	48,3	4
Propaganda institucional	46,7	5
Capacitação de mão de obra	37,7	6
Sistema de transporte (ônibus, metrô, táxis, etc)	36,1	7
Terminais de passageiros (aeroportos, rodoviárias, etc)	30,9	8

Tabela 03: Fatores Críticos de Sucesso nos municípios do interior do Estado do Rio de Janeiro

Fator	Índice	Posição
Capacitação de mão de obra	59,7	1
Terminais de passageiros (aeroportos, rodoviárias, etc)	53,7	2
Propaganda institucional	52,6	3
Informação/sinalização turística	52,5	4
Shows e eventos (festas, feiras e eventos específicos)	52,4	5
Opções de lazer e entretenimento (atrações naturais, cinemas, casas de espetáculo, museus etc)	50,6	6
Calendário de eventos	48,3	7
Conscientização da população para receber o turista	45,4	8

Fonte: Fundação Getúlio Vargas, 2005

Quatro dos fatores priorizados concomitantemente para a capital e os municípios do interior - capacitação de mão de obra, propaganda institucional, informação/sinalização turística e conscientização da população para receber o turista - enfatizam a importância da mobilização do setor público e entidades de apoio nas seguintes áreas.

- Capacitação, seja na dimensão técnica, para os profissionais engajados diretamente com o atendimento ao turista, seja na dimensão da conscientização, para a comunidade em geral.
- Comunicação, a partir de propaganda institucional e da informação/sinalização turística.

Já os fatores distintos realçam, de um lado, o problema da segurança e da infraestrutura urbana na Capital e, de outro, a carência de opções de entretenimento nos municípios do interior do Estado.

Além disso, o destaque dado à questão da capacitação de mão de obra pelos empresários dos municípios do interior, evidencia a existência de um *gap* de qualificação que dificulta a integração turística com a capital.

Cabe ressaltar que Seropédica contempla todos os fatores críticos de sucesso dos demais municípios do interior do Estado, especificamente, no que se refere à capacitação de mão de obra; transporte; informação/sinalização turísticas e opções de lazer e entretenimento. O processo de capacitação de mão de obra, para a mobilização, sensibilização e conscientização da comunidade encontra-se na fase preliminar, incumbindo ao setor público tal iniciativa, com pequena participação da sociedade local, embora, como já foi ressaltado, a cidade dispõe de centros acadêmicos e de pesquisa de referência mundial (UFRRJ, EMBRAPA, PESAGRO, IBAMA, CTUR), que podem ser parceiros mais atuantes neste processo.

Com relação aos fatores de transporte, informação/sinalização turística e opções de lazer e entretenimento recaem sobre a necessidade do município investir em infraestrutura urbana, ação vital para a otimização do turismo e, conseqüentemente, a melhoria da qualidade de vida da população.

5. CONTRIBUIÇÃO DO ESTUDO - PLANO DE AÇÃO

5.1. Proposta para Elaboração do Planejamento Estratégico Turístico Municipal ¹⁹

Com base nos levantamentos de dados e na análise dos aspectos turísticos pertinentes ao Município de Seropédica, apresentam-se propostas de ações (programas) que poderão servir de base na elaboração de um Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável do Turismo para a cidade. Apresenta-se, ainda, sugestão de possíveis parcerias.

São três fases de programas: programas relacionados ao desenvolvimento, estrutura, infra-estrutura e logística; programas temáticos; e programas de medição de desempenho.

5.1.1. Programas Relacionados ao Desenvolvimento, Estrutura, Infra-Estrutura e Logística

- **Criar o Conselho Municipal do Turismo e o Fórum Municipal do Turismo,**

Um dos requisitos importantes para o sucesso do planejamento turístico é a estruturação de um sistema de gestão participativa, ação fundamental para desenvolver o Conselho Municipal de Turismo e um fórum permanente de debates sobre o turismo.

O Conselho Municipal do Turismo trata-se de órgão colegiado de assessoramento, diretamente vinculado a Prefeitura, composto por representantes dos diversos segmentos da sociedade, tem como atribuições: propor diretrizes e oferecer subsídios técnicos para a formulação e acompanhamento da Política Municipal de Turismo.

O Fórum de Turismo trata-se de um órgão informal, consultivo, constituído por representantes das entidades públicas e privadas participantes do Conselho Municipal, pelas Instituições de Ensino Superior e Técnico de Turismo, e demais entidades de caráter municipal vinculadas, direta ou indiretamente, ao turismo. Podemos citar entre elas: UFRRJ, EMBRAPA, PESAGRO, IBAMA, CTUR, associações de moradores, associações ligadas ao comércio, indústria, serviços, entre outros.

O Fórum tem um papel fundamental para a operacionalização das políticas formuladas pelo núcleo estratégico, constituindo-se em um canal de ligação entre a Prefeitura e o *trade* turístico, que auxiliará no apontamento de problemas e soluções, tendo como atribuições :

- contribuir para a construção das políticas e do Plano Diretor do Turismo, atuando como fórum facilitador e articulador para a formação das parcerias necessárias;
- elaborar os programas, projetos e ações estratégicas, aportando recursos e capacidade gerencial, co-responsabilizando-se para a construção de uma nova realidade;
- criar as parcerias e articular com os diversos atores, para executar e avaliar os programas e projetos concebidos;

¹⁹ No anexo quadro síntese da análise dos ambientes externo e interno contemplando ações propostas (pág 129 a 131)

O Ministério de Turismo vem incentivando os Municípios a criarem os Conselhos Municipais de Turismo e organizarem-se em consórcios para formar Roteiros Integrados (Arranjos Turísticos), ofertando um conjunto de produtos turísticos, completando-se assim o sistema de gestão do turismo brasileiro.

Ações do Conselho Municipal do Turismo e do Fórum Municipal do Turismo

Ações	Responsabilidades	Período
Instituir o Fórum Permanente de Discussão sobre o Turismo, constituído pelos Secretários Municipal e os representantes dos principais segmentos da sociedade, entre eles: UFRRJ, EMBRAPA, PESAGRO, IBAMA, CTUR, associações de moradores, associações ligados ao comércio, indústria, serviços, entre outros.	Câmara de Vereadores e Executivo Municipal	A partir do 1º sem 2006
Elaborar e aprovar a Lei que regula a criação do Conselho Municipal de Turismo de Seropédica	Câmara de Vereadores e Executivo Municipal	A partir do 1º sem 2006
Realizar eleição para definir os membros do Conselho Municipal de Turismo de Seropédica	Câmara de Vereadores e Executivo Municipal Secretária de Cultura	A partir do 1º sem 2006
Definir estrutura organizacional	Unidade Executiva do Conselho de Turismo	Após a eleição do Conselho

Fonte: <http://www.pdturismo.ufsj.edu.br>

- **Elaboração do Plano de Desenvolvimento do Turismo**

É imprescindível o esforço integral para a elaboração de um Plano de Desenvolvimento do Turismo ou Plano Diretor de Turismo. Este documento procura sintetizar um registro dos esforços, estudos, análises, proposições e ações que possam orientar os gestores públicos e privados nos seus respectivos interesses e deveres, orientar a população em suas demandas e necessidades.

O Plano Turístico deve ter, em toda a sua trajetória, a mobilização da população para sua efetivação. Deve contar com a participação de representantes da comunidade organizada, agentes públicos e privados, profissionais técnicos, científicos e especialistas.

O Plano de Turismo pressupõe o desenvolvimento da atividade turística mediante a promoção, expansão e melhoria da infra-estrutura básica, levando direitos de cidadania e qualidade de vida à população. Enfatizamos a necessidade de resolver questões básicas de água, lixo e esgoto, oferecendo melhores condições de vida a população, projetando uma melhor imagem como produto turístico aos visitantes, com incremento de novos fluxos turísticos. E, principalmente, uma forma de manter a continuidade administrativa proposta.

Ações do Plano de Desenvolvimento do Turismo

Ações	Responsabilidades	Período
Organizar reuniões, palestras, debates em seminários e publicações de artigos na imprensa local sobre a importância de se elaborar um Plano Diretor de Turismo para a cidade	Conselho de Turismo Executivo Municipal	1º sem 2006
Definir equipe multidisciplinar, para a elaboração do trabalho de elaboração do Plano Diretor de Turismo	Conselho de Turismo Executivo Municipal	1º sem 2006
Estabelecer diretrizes gerais da política urbana e a obrigatoriedade do Plano Diretor de Turismo como instrumento básico da política de desenvolvimento e expansão urbana para cidades.	Conselho de Turismo Executivo Municipal	1º sem 2006
Integrar as prioridades do Plano Diretor ao Orçamento Municipal, e apontar para possíveis fontes de captação de recursos nacionais e internacionais.	Conselho de Turismo Câmara de Vereadores e Executivo Municipal	1º sem 2006
Elaborar Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo	Unidade Executiva do Conselho de Turismo	Até outubro de 2006 (prazo final nacional p/ entrega dos Planos Diretores Municipais)

Fonte: <http://www.pdturismo.ufsj.edu.br>

- **Desenvolver Estratégia de Atuação em Regiões Turísticas Arranjos Produtivos Locais (APL)**

Participação, de forma ativa, em debates e formulações de estratégias locais e regionais para a consolidação da região turística da Baixada Fluminense. Criando vínculos de parceria, integração e cooperação com os demais municípios de forma a gerar, produtos e serviços, em um mesmo itinerário atrativo, possibilitando instituir uma nova imagem da Baixada Fluminense e adentrar no mercado nacional e internacional turístico com maior poder de competitividade. Entre outros apelos existentes nos municípios, destacam-se as belezas naturais das Serras e Parques Ecológicos; as ruínas históricas, exemplificadas nas centenárias Igrejas e fazendas, que ainda restaram da colonização portuguesa dos séculos XVI ao século XIX; dos artesanatos e das casas de espetáculos e de gastronomia.

O SEBRAE desenvolve projetos de fortalecimento da dinâmica do APL, que inclui atividades de capacitação dos recursos humanos em temas de cooperação empresarial e,

principalmente, aos coordenadores dos APLs; a realização de ações coletivas de fortalecimento dos mecanismos de cooperação entre empresas e instituições; a identificação de programas e serviços que necessitam da cooperação com universidades e com outras instituições especializadas e a criação de um grupo gestor.

Ações para as Regiões Turísticas Arranjos Produtivos Locais (APL)

Ações	Responsabilidades	Período
Elaborar programa de capacitação para o desenvolvimento turístico (buscando parcerias com as entidades internas e externas ao município, como: UFRRJ/ CTUR, TURISRIO, SEBRAE, SENAC, IPAHB e outras).	Conselho de Turismo Executivo Municipal	A partir de julho de 2006
Buscar recursos financeiros e parceiras para viabilizar financiamento projetos turísticos.	Conselho de Turismo Executivo Municipal	A partir de julho de 2006
Estabelecer vínculos fortes com organizações turísticas nacionais e internacionais.	Conselho de Turismo Executivo Municipal	A partir de julho de 2006
Buscar parceria com outros municípios da região.	Conselho de Turismo Executivo Municipal	A partir de julho de 2006

Fonte: <http://www.pdturismo.ufsj.edu.br>

• Ações de capacitação para o desenvolvimento turístico

Indivíduos da comunidade escolar e da sociedade em geral necessitam de condições e facilidades para compartilharem e assimilarem valores que os levem a assumir compromisso com a preservação do patrimônio histórico, cultural e natural, compreendendo assim a importância do turismo enquanto atividade sócio-econômica geradora de emprego e renda e promotora do bem-estar social.

Propiciar a melhoria da capacitação profissional e introduzir no meio empresarial técnicas de gestão turística, visando o aumento da competitividade pela melhoria na produtividade e na qualidade dos produtos e serviços oferecidos. A formação e capacitação profissional, nos vários níveis de atuação e áreas de especialização, que atenderá à demanda de mão-de-obra gerada a partir da expansão do mercado do turismo.

Ações de capacitação para o desenvolvimento turístico

Ações	Responsabilidades	Período
Profissionalizar agentes ligados à atividade do turismo no nível do ensino fundamental, médio e superior.	Sistema Municipal de Ensino/CTUR/EMBRAPA/UFRRJ	A partir de julho de 2006
Implementar programas de consciência pública sobre a importância de preservação do Patrimônio histórico e cultural do Município	Secretaria de Cultura/Sistema Municipal de Ensino	A partir de julho de 2006
Fomentar políticas de educação para preservação do meio ambiente	EMBRAPA/IBAMA/UFRRJ	A partir de julho de 2006
Ações sobre mobilização, educação e cultura continuada para o turismo	Secretaria de Cultura/Sistema Municipal de Ensino/CTUR/EMBRAPA/UFRRJ	A partir de julho de 2006
Melhoria do fornecimento de informação, através do implemento de bancos de dados estatísticos sobre o turismo local, disponibilizada na internet	Conselho de Turismo	A partir de julho de 2006

Fonte: <http://www.pdturismo.ufsj.edu.br>

- **Ações de Marketing e vendas do produto turístico**

Desenvolver ações integradas de marketing, que resultem em uma identificação clara como destinação turística, que promovam sua imagem nos mercados emissores e valorizem seus produtos, através de campanhas promocionais, propaganda, promoção e divulgação nos mercados e adoção de uma política pró-ativa com a mídia. Criar uma identidade única para o setor do turismo.

Ações de Marketing e vendas do produto turístico

Ações	Responsabilidades	Período
Realizar pesquisa de demanda turística.	Conselho de Turismo/ CTUR/UFRRJ	A partir de julho de 2006
Elaborar o plano de Marketing e Vendas.	Conselho de Turismo/ CTUR/UFRRJ/ Executivo Municipal (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Definir os produtos turísticos passíveis de procedimento mercadológico ao longo do tempo	Conselho de Turismo/ CTUR/	A partir de julho de 2006

para Seropédica e Região da Baixada Fluminense.	UFRRJ/ Executivo Municipal (outros municípios)	
Definir estratégia mercadológica.	Conselho de Turismo/ CTUR/ UFRRJ/ Executivo Municipal (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Definir parceiros nos produtos potenciais.	Conselho de Turismo/ CTUR/ UFRRJ/ Executivo Municipal (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Desenvolver programas de divulgação do turismo ecológico, rural e negócios.	Conselho de Turismo/ Executivo Municipal (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Elaborar calendário de eventos.	Conselho de Turismo/ Executivo Municipal (outros apoios)	A partir de julho de 2006

Fonte: <http://www.pdturismo.ufsj.edu.br>

• Ações para o Desenvolvimento de produtos turísticos

Através da estruturação de atrativos e consolidação de eventos existentes, do desenvolvimento de produtos segmentados, da elaboração de roteiros e montagem de pacotes, que atraíam novos fluxos de visitantes, gerando permanência, com reflexos positivos na taxa de ocupação dos hotéis/pousadas.

Ações para o Desenvolvimento de produtos turísticos

Ações	Responsabilidades	Período
Elaborar um plano para o desenvolvimento do turismo ecológico, otimizando o cenário natural de Seropédica, entre eles: as Serras, os recursos hídricos, o Horto Florestal, o Jardim Botânico da UFRRJ.	Conselho de Turismo e Secretaria de Turismo	A partir de julho de 2006
Elaborar um plano de desenvolvimento do turismo rural. Potencialização dos aspectos rurais, entre eles: as Fazendas, a agricultura, a pecuária, o artesanato, a tradição, a arquitetura	Conselho de Turismo e Secretaria de Turismo	A partir de julho de 2006
Elaborar um plano de desenvolvimento do turismo Técnico-Científico. Destacando as oportunidades	Conselho de Turismo/ CTUR/	A partir de julho de

existentes, entre elas: os empreendimentos agropecuários, de mineração, indústria de transformação, a retro-área do Porto de Sepetiba, a Botânica, os centros de excelência (UFRRJ, Embrapa, Ibama)	UFRRJ/ Executivo Municipal (outros apoios)	2006
Fortalecimento dos espaços e das feiras dedicados ao artesanato como fonte de produção cultural	Secretaria de Cultura/ Conselho de Turismo/ CTUR/ UFRRJ/ Executivo Municipal (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Políticas públicas em nível Federal, Estadual e Municipal, no sentido de resolver questões básicas de infra-estrutura	Conselho de Turismo/ Câmara de Vereadores/ Executivo Municipal	A partir de julho de 2006
Aumentar a oferta de serviços turísticos: hospedagem, estabelecimentos de alimentos e bebidas, comércio especializado	Conselho de Turismo/ Câmara de Vereadores/ Executivo Municipal (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Fomenta espaços culturais públicos adequados ao desenvolvimento de atividades cênicas, circenses, conferências e grandes eventos	Conselho de Turismo/ Câmara de Vereadores/ Executivo Municipal (outros apoios)	A partir de julho de 2006

Fonte: <http://www.pdturismo.ufsj.edu.br>

5.1.2. Programas Temáticos

Os programas temáticos são importantes para criar produtos turísticos estruturados e adequados à vocação da região que compõe o município, ressaltando seus aspectos históricos, culturais e naturais, buscando o desenvolvimento sustentável, maior interação dos visitantes com hábitos e costumes da cultura local, gerando emprego e renda para a população que reside ao entorno dos atrativos.

• Valorização do Patrimônio Histórico-cultural e natural

Recuperar o patrimônio histórico de Seropédica, resgatando a qualidade do espaço arquitetônico e urbanístico, através do levantamento de todas as edificações ou sítios históricos, destacando os pontos a serem recuperados, restaurados e reconstruídos. Ação que deve ser implementada pela Prefeitura em conjunto com o Conselho e o Fórum Municipal de Turismo, Secretarias Municipais e outros.

Ações para a valorização do Patrimônio Histórico-cultural e natural

Ações	Responsabilidades	Período
Criar uma Comissão com o objetivo de fazer o levantamento, tombamento e preservação do Patrimônio Histórico e Cultural, incentivando a iniciativa privada a participar deste processo, com vista a desenvolver o turismo histórico na região. entre elas: a FRRJ, a Fazenda Caxias marco do município de Seropédica, a Ponte dos Jesuítas, Igreja de Nossa Senhora da Conceição do Bananal, Casa de Pedra.	Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Realizar inventário arquitetônico das edificações ou sítios históricos, destacando os pontos possíveis de serem recuperados, restaurados e reconstruídos. Entre elas, a UFRRJ, a Fazenda Caxias, a Ponte dos Jesuítas, Igreja de Nossa Senhora da Conceição do Bananal, Casa de Pedra.	Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Negociação com a comunidade e proprietários dos imóveis, investigando a possibilidade da adesão deles num plano público, misto ou privado de recuperação.	Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Elaboração de Projeto arquitetônico de recuperação das edificações ou sítios históricos inventariados.	Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Buscar recursos financeiros para execução do projeto arquitetônico	Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006

Fonte: <http://www.pdturismo.ufsj.edu.br>

Serras do Catumbi e da Cambraia e Horto Florestal (FLONA)

Ações	Responsabilidades	Período
Demarcar a área do parque ecológico	Secretaria de Planejamento Urbano/ Secretaria de Turismo/Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Estudar e catalogar a fauna e flora das Serras e do Horto Florestal	IBAMA/ Secretaria de Turismo/ Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006

	apoios)/	
Promover o reflorestamento das Serras e do Horto Florestal	IBAMA/ Secretaria de Turismo /Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Criar atrações de ecoturismo	Secretaria de Turismo	A partir de julho de 2006
Definir as áreas ecológicas do município como áreas de proteção ambiental municipal.	Secretaria de Turismo	A partir de julho de 2006
Criar infra-estrutura das Serras e do Horto Florestal para a visita, com banheiros, vestuários, aluguel de equipamentos e bar.	Secretaria de Turismo	A partir de julho de 2006
Elaborar programa de treinamento de guias locais para as áreas de turismo ecológico.	IBAMA/ Secretaria de Turismo /Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006

Fonte: <http://www.pdturismo.ufsj.edu.br>

Atividade Esportiva

Ações	Responsabilidade	Período
Reformar pistas para pedestres e ciclistas	Secretaria de Obras e Transporte	A partir de julho de 2006
Criar alternativa de lazer e entretenimento	Secretaria de Turismo /Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Sistematizar no calendário de eventos campeonatos ciclísticos e esportivos	IBAMA/ Secretaria de Turismo /Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006

5.1.3. Programas de Medição de Desempenho

Aprovados, os planos de ações devem ser postos a funcionar através, exatamente, das ações e de pessoas responsáveis neles indicados. O Programa de Medição de Desempenho compreende a definição de um sistema de medição que possua indicadores e metas que permitem avaliar e acompanhar o desempenho global, considerando as necessidades das partes interessadas do turismo, visando à promoção da melhoria contínua. O conjunto dos ciclos de controle, decorrido um tempo planejado, permitirá que se alce o turismo a sucessivos degraus. A visão sistêmica deverá conduzir os responsáveis envolvidos com o turismo a continuados ciclos de aprendizado.

Este Ciclo de Controle de Processos deverá, em tese, seguir o esquema apresentado na figura 04, que consiste em definir metas e os métodos a serem aplicados, através da elaboração do plano estratégico; executar as ações planejadas; análise dos efeitos do trabalho executado e atuação no processo em função dos resultados obtidos, de forma a aprender e melhorar continuamente.

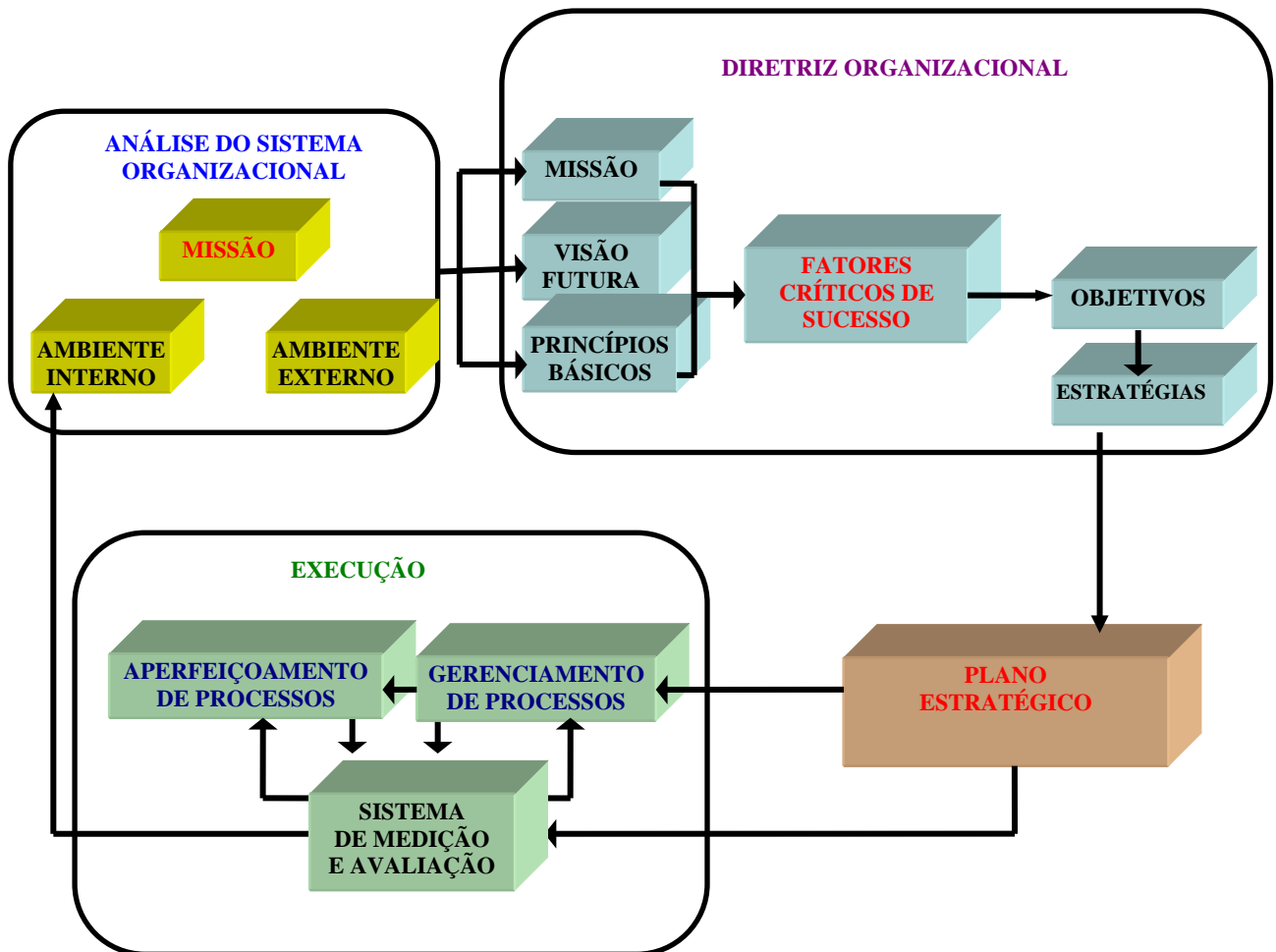


Figura 04: Ciclo de Controle de Processos
Fonte: Silva (2004)

Ações para medição de desempenho global

Ações	Responsabilidades	Período
Definir equipe responsável pela medição de desempenho, para analisar o processo, identificando o que deu certo e o que pode ser melhorado	Secretaria de Turismo /Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Definir periodicidade e sistema (indicadores e metas) de medição de desempenho	Secretaria de Turismo /Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Elaborar um plano de melhoria da gestão turística	Secretaria de Turismo /Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006
Definir sistema de disseminação dos resultados	Secretaria de Turismo /Conselho de Turismo (outros apoios)	A partir de julho de 2006

5.1.4. Parcerias

O trabalho em parceria com outras instituições atuantes no setor de turismo e hotelaria pode contribuir para um maior conhecimento sobre os setores em questão, assim como, facilitar as políticas de divulgação, treinamento e gestão do Município de Seropédica.

- Possíveis parcerias a serem feitas:

CTUR - Colégio Técnico de Turismo

Estudos, pesquisas, treinamento e estágios.

Comitê Gestor Estadual de Turismo Rural e Agroturismo

Treinamento e gestão da potencialização do turismo rural

Embrapa - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

Estudos, pesquisas, treinamento

Embratur – Instituto Brasileiro de Turismo

Fomentar a melhoria e a divulgação do Município em todo Território Nacional.

Fórum Estadual de Turismo/RJ

Gestão e captação de recursos

Iniciativa Privada e Sociedade

Gestão, captação de recursos, incentivos, mão-de-obra

IBAMA - Instituto Brasileiro de Meio Ambiente

Estudos, pesquisas, treinamento

IPAHB

Estudos, pesquisas, treinamento

Prefeituras Municipais

Gestão e captação de recursos

Programa Prosperar

Gestão e captação de recursos

SEBRAE/RJ – Serviço de Apoio a Micro e Pequena Empresa do Estado do Rio de Janeiro

Gestão, pesquisas e estudos

SENAC – Serviço Nacional do Comércio

Treinamento e gestão

SENAR-Rio – Serviço Nacional de Aprendizado Rural

Treinamento e gestão da potencialização do turismo rural

Secretaria de Turismo do Estado do Rio de Janeiro

Treinamento e gestão

TurisRio – Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro.

Fomentar a melhoria e divulgar o Município no Estado do Rio de Janeiro

UFRRJ - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Estudos, pesquisas, treinamento e estágios.

6. CONCLUSÃO

A importância econômica do turismo tem garantido crescente atenção governamental, acompanhada por um reconhecimento cada vez maior da significação e relevância da atividade, para geração de emprego, ocupação e renda, assim como, para a redução das desigualdades sociais e regionais e o equilíbrio da balança de pagamento. Porém, verifica-se que o estudo do turismo inevitavelmente sofre da falta de maturidade de que dispõem outros empreendimentos na unidade municipal, no que se refere à capacitação, infra-estrutura e normatização.

De um lado, é evidente que estamos vivendo em um ambiente cada vez mais dinâmico, onde vantagens competitivas precisam ser, permanentemente, reinventadas e onde setores de baixa intensidade em conhecimento e técnica perdem, inexoravelmente, participação econômica. Neste contexto, o desafio é criar novos produtos, serviços, processos e sistemas gerenciais onde se sabe que criatividade e comunicação são ferramentas de trabalho. Por sua vez, a velocidade das transformações e a complexidade crescente dos desafios não permitem mais concentrar estes esforços em alguns poucos indivíduos ou áreas específicas das organizações.

Ao se analisar as informações relevantes no processo decisório da gestão do município em estudo, sob a ótica da regionalização turística, foi possível constatar que, do ponto de vista organizacional, a atividade turística apresenta-se sob forma de projetos ainda incipientes, ou seja, não reunindo as características que representam um planejamento de desenvolvimento turístico. As forças que vêm agindo no local, se encontram na esfera pública, não externalizando essa consciência para a sociedade em comum no território, a qual por si só, se configura como uma das partes do processo.

Em realidade, assiste-se um momento, em que as principais decisões vêm sendo tomadas e idealizadas no território, por um grupo ainda reduzido de agentes locais, situados no nível administrativo do Município, que busca criar estratégias de mobilização e envolvimento das bases. Em uma visão sistêmica, pode-se deduzir que o modelo de desenvolvimento turístico local reflete e se retro-alimenta do histórico modelo de desenvolvimento conservador.

Cabe aos administradores municipais repensarem suas propostas, de modo a atender às necessidades requeridas pelo Programa de Regionalização do Turismo do Governo Federal, que exige novo modelo de gestão das políticas públicas; mudanças no relacionamento entre as esferas do poder público e sociedade civil; negociação, acordo e organização social. Dessa maneira, se faz necessário um trabalho de planejamento do desenvolvimento do turismo, que tenha em seus objetivos a consolidação de ações fundamentadas na gestão compartilhada e nas características representativas de um Arranjo Produtivo Local, como estratégia competitiva.

Todavia torna-se imprescindível a elaboração e implementação do Plano Diretor Turístico, principal instrumento de orientação, diálogo e negociação, entre a instância governamental e os demais agentes envolvidos, que deve propor ações de médio e longo prazo, projetos específicos, parcerias e entidades financiadoras dos mesmos.

Tais objetivos podem ser alcançados através do estímulo às potencialidades internas, explicitadas pelo seu estratégico posicionamento geográfico, pela proximidade de referenciais econômicos e turísticos significantes, e ainda, por abrigar centros acadêmicos e de pesquisa de renome mundial que contam com vasta gama de profissionais qualificados, pesquisadores, documentos e tecnologia disponíveis para auxiliar no desenvolvimento econômico e social da região, assim como das variáveis externas, vindas de programas governamentais e privados que apresentam informações comparativas pertinentes, que não podem ser ignoradas pelo setor turístico.

A otimização destes potenciais, estrategicamente, permitirá ao município obter vantagens competitivas e alavancar o almejado Desenvolvimento Turístico Regional.

No entanto, as propostas aduzidas ao referido estudo não devem ser tomadas como parecer conclusivo. A pesquisa objetivou realizar análise qualitativa do potencial turístico do Município de Seropédica, de forma a fornecer subsídios relevantes à estruturação do Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico Municipal. A partir destas alusões serão necessários outros desdobramentos e adequação do processo, levando em consideração os aspectos social, econômico e político da região.

6.1. SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS

Vislumbra-se algumas sugestões para futuras pesquisas, conforme descritas a seguir:

- Até que ponto a estrutura da administração pública permite aos gestores municipais desenvolverem uma gestão compartilhada, nas características de um Arranjo Turístico Produtivo?
- Quais são as características que afluem durante o processo de desenvolvimento dos APL Turísticos e quais benefícios essa formação traz para locais como a região da Baixada Fluminense?
- Quais os resultados atingidos pelos Órgãos Nacionais de Turismo após o período de implantação do Programa de Regionalização do Turismo? Quais instrumentos que os governos dispõem para gerenciar a direção do desenvolvimento turístico no interior do estado?
- Em uma pesquisa quantitativa os fatores críticos de sucesso gerais dos municípios do interior do Estado do Rio de Janeiro poderiam contemplar outras características além das apresentadas neste estudo?

Espera-se, dessa forma, que essa pesquisa seja fonte inspiradora de novos trabalhos na área de administração de planejamento estratégico turístico de município do interior do Estado, gerando novas ferramentas de análise, contribuindo para o desenvolvimento da economia brasileira, bem como a formação de novas oportunidades de trabalho e renda.

6.2. EXPERIÊNCIAS DO PESQUISADOR

Planejamento do Setor Turístico como Estratégia para Alavancar o Desenvolvimento Regional Estudo de Caso: Município de Seropédica/RJ

A motivação para elaboração da referida pesquisa surgiu através das experiências vivenciadas durante o curso de MBA em Turismo, Hotelaria e Entretenimento realizado na Fundação Getúlio Vargas, em 2001, e através da maturidade adquirida no mestrado profissionalizante, que visa geração de conhecimento científico, destinado ao seu fim público, ou seja, desenvolver ações práticas e viáveis para a comunidade.

O curso de MBA propiciou-me os primeiros passos nas áreas de administração empresarial, gestão pela excelência, planejamento estratégico, desenvolvimento turístico regional, empreendedorismo, entre outras, que me permitiram agregar valores até então ignorados e abrir novos horizontes profissionais. Foi neste período que despertei para o interesse em desenvolver projetos de ações gerenciais, visando o bem estar comum.

Neste sentido, realizei o estudo dos meios de hospedagem do Exército Brasileiro - como forma de auto-gestão eficaz, baseado no Programa de Excelência Gerencial da Força Terrestre -, buscando definir estratégias, propor metas e planos de ação para estabelecer critérios modernos de gestão de negócios. Destacam-se, também, o projeto de implantação do serviço de hotelaria hospitalar e os projetos sociais, voltados para a 3ª idade e jovens em situação de risco social.

Para a construção da pesquisa em epígrafe, vali-me das citadas experiências, bem como do aprendizado que adquiri no programa de mestrado, valendo-me dos conhecimentos de minha orientadora (que me acompanha desde o curso de MBA) e de vários colaboradores. Vali-me, também, da oportunidade de mercado relacionado ao programa de regionalização turística do governo federal, que veio de encontro às minhas aspirações em desenvolver programas de mobilização social, traduzindo-se em oportunidades de negócios e de desenvolvimento humano, assim como, de experimentos bem sucedidos na área de planejamento turístico municipal.

Acrescento, ainda, como fator impulsionador, o fato de residir na Baixada Fluminense e vivenciar a necessidade da comunidade de ações públicas eficazes, com o aproveitamento do potencial da região.

Deste modo, espero que minha pesquisa possa, de fato, contribuir para alavancar o desenvolvimento regional, mesmo que seja de forma embrionária.

REFERENCIAIS BIBLIOGRÁFICOS

- AMÂNCIO, C. O. da G. *Educação ambiental e agroecologia: o caso do programa de educação ambiental da Embrapa Agrobiologia*. Rio de Janeiro, 2001. 135 p. Tese (Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.
- _____. *Arranjos Produtivos Locais – APL, 2005*. Disponível em: <<http://www.sebrae.rj.br>>. Acesso em: 18 de Outubro de 2005.
- BEDÊ, M. A. *Subsídios para a identificação de clusters no Brasil: atividades da indústria*. São Paulo: SEBRAE, 2002.
- BENI, Mário C. *Dimensão e dinâmicas de clusters no desenvolvimento sustentável do turismo*. UNIFACS, 2003
- BOITEUX, Bayard do Coutto e WERNER FILHO, Maurício de Maldonado. *Idéias & opiniões interdisciplinares no turismo*. Rio de Janeiro, RJ: Zoomgraf-K LTDA., 2001
- BORGES, Paulo César R., MARIANO, Deusdeth P. e SANTOS, Arnaldo S. *A Identificação de informação relevante para o processo decisório da gestão hoteleira no exército Brasileiro: estudo de caso de um meio de hospedagem do Distrito Federal*. Brasília, DF. Dissertação (Pós-graduação em Ciência da Informação) - Departamento de Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília. s.d.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente – MMA. *Ecoturismo*. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/sds/index/cfm>>. Acesso em: 07 ago. 2003
- BRASIL. Ministério do Turismo. *Programa de regionalização do turismo: roteiros do Brasil*. Ministério do Turismo, 2004.
- BRASIL. Prefeitura Municipal de Seropédica. *Estudo socioeconômico do município de Seropédica*. Rio de Janeiro: Tribunal de Contas do Estado do Rio de Janeiro, 2001.
- BRASIL. Prefeitura Municipal de Seropédica. *Proposta de desenvolvimento sustentável para o município de Seropédica: Cidade Modelo*. Seropédica: Secretaria de Ciência, Tecnologia, Inovação, Indústria e Comércio, 2005.
- BRASIL. Prefeitura Municipal de Seropédica. *Proposta para criação da área de proteção ambiental da Serra do Catumbi e da área de proteção ambiental da Serra da Cambraia*. Seropédica: Secretaria de Planejamento Urbanístico, 2005.
- CASTELLI, Geraldo. *Turismo. Análise e organização*. Porto Alegre: Sulina, 1995.
- CONSELHO DE TURISMO. *Centro de apoio ao desenvolvimento do turismo*. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio, set. 2003. 43p (ata de reunião).

- CONSELHO DE TURISMO. *Investimentos e oportunidades de negócios no turismo no Estado do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio, set. 2003. 43p (ata de reunião).
- CONSELHO DE TURISMO. *O turismo no Estado do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio, mar. 2004. 36p (ata de reunião).
- COOPER, C., Fletcher. et. al. *Turismo, princípios e prática* – 2.ed. – Porto Alegre: Bookman, 2001. 559 p. (Trad Roberto Cataldo Costa)
- CUSTÓDIO, Denise Vogel. *Planejamento e desenvolvimento do setor turístico*. Curso de MBA em Turismo, Hotelaria e entretenimento da Fundação Getúlio Vargas, FGV Management. Rio de Janeiro, RJ, 2001
- DIAS, Reinaldo. *Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2003.
- _____. *Dimensionamento da importância econômica do setor de turismo no Estado do Rio de Janeiro e diretrizes para seu desenvolvimento*. Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2005, 50p
- FIRJAN - Fórum Empresarial de Turismo do Sistema FIRJAN, 2005. Disponível em <<http://www.firjan.org.br>>. Acesso em 30 de junho de 2005.
- FRÓES, José Nazareth de Souza. *O Brasil na rota da seda: uma contribuição para a recuperação, o enriquecimento e a divulgação da memória de Seropédica, Itaguaí e do Estado do Rio de Janeiro*. 2.ed. Seropédica, RJ: Editora Universidade Rural, 2004, 98 p.
- GOES, Maria Hilde de Barros. *Geografia Ambiental de Seropédica: o perfil de Seropédica dirigido à sua gestão territorial*. Seropédica: Instituto de Agronomia. Departamento de Geociências. Laboratório de Geoprocessamento Aplicado da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2004.
- GRAZIANO DA SILVA, J. M. *O novo rural brasileiro*. Revista Nova economia, Belo Horizonte. 7(1): 43-81, 1997.
- _____. *Histórico da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro*, 2005. Disponível em: <<http://www.ufrrj.br>>. Acesso em: 15 de Dezembro de 2005.
- LAGE, Beatriz Helena Gales e MILONE, Paulo César (org.). *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000, 376 p.
- LAZZARI, Sônia Maria. *Endomarketing como estratégia de educação para o turismo*. Seropédica, 2003. Dissertação (Mestrado em Administração) - Instituto de Ciência Humanas e Sociais - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.
- MARSHALL, Alfred. *Princípios de economia: tratado introdutório*. São Paulo:

Abril Cultural, 1982.

- MERIGUE, Geancarlo de Lima, *Artigo “O Desenvolvimento de arranjos produtivos locais no turismo: O Caso da Região Turística da Costa Leste de Mato Grosso do Sul”*, Disponível em: <<http://www.ivt-rj.net>> Acesso em: 20 de Maio de 2005.
 - MINISTÉRIO DO TURISMO. *Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas -2003-2007*. Brasília, 2003 (disposto em www.embratur.gov.br no dia 15 de Março de 2005).
 - MINISTÉRIO DO TURISMO. *Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas - 2003-2007*. Brasília, 2003. Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br>>. Acesso em: 15 de Março de 2005.
 - PEREIRA, J. A. R.; ALMEIDA, M. M. T. B. *Educação ambiental e turismo rural na unidade de produção agroecológica: novas oportunidades de mercado*. In: I Congresso Brasileiro de Agroecologia, IV Seminário Internacional Sobre Agroecologia, V Seminário Estadual Sobre Agroecologia, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre: EMATER/RS-ASCAR, 2003. 1 CD-ROM.
- _____. *Plano de desenvolvimento do turismo em São João del-Rei*. Disponível em: <<http://www.pdturismo.ufsj.edu.br/introducao.shtml>>. Acesso em: 11 de Maio de 2005.
- _____. *Plano Diretor de turismo de Atibaia*. Disponível em: <<http://www.atibaia.com.br>>. Acesso em: 11 de Maio de 2005.
- _____. *Programa de regionalização do turismo: roteiros do Brasil*. Brasília. Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br>>. Acesso em: 17 de Julho de 2004.
 - RICHARDSON, Roberto Jarry *et alli*. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Editora Atlas S.A. 1999. 334p
 - SAMPAIO, Cláudio Hoffmann. *Planejamento estratégico - 3 ed. - Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2002, 64 p.* (Série Planejamento Empresarial, vol. 3)
 - SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo. Razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.
 - SILVA, Marcia C. *Estudo de gestão dos meios de hospedagem do Exército Brasileiro como forma de auto-gestão eficaz baseado no Programa de Excelência Gerencial da Força Terrestre*. Rio de Janeiro, 2004. Monografia (MBA em Turismo, Hotelaria e Entretenimento) – Fundação Getúlio Vargas (FGV).
 - SILVA, T. F. *Rede de pequenas empresas do setor turístico: uma estratégia para a competitividade e o desenvolvimento local. Desenvolvimento Local em Mato Grosso do Sul: Reflexões e Perspectivas*. Campo Grande, MS: UCDB, 2001.

- TORRE, A. Desenvolvimento local e relações de proximidade: conceitos e questões. *Interações - Revista Internacional de Desenvolvimento Local*. Campo Grande: UCDB, v.4, n., p.27-40, setembro de 2003.
- SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. *Turismo no meio rural e oportunidades de negócios*. Curitiba: Administração Regional do Estado do Paraná, v. 58, 2003 (Coleção SENAR)
- VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005, 96 p.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

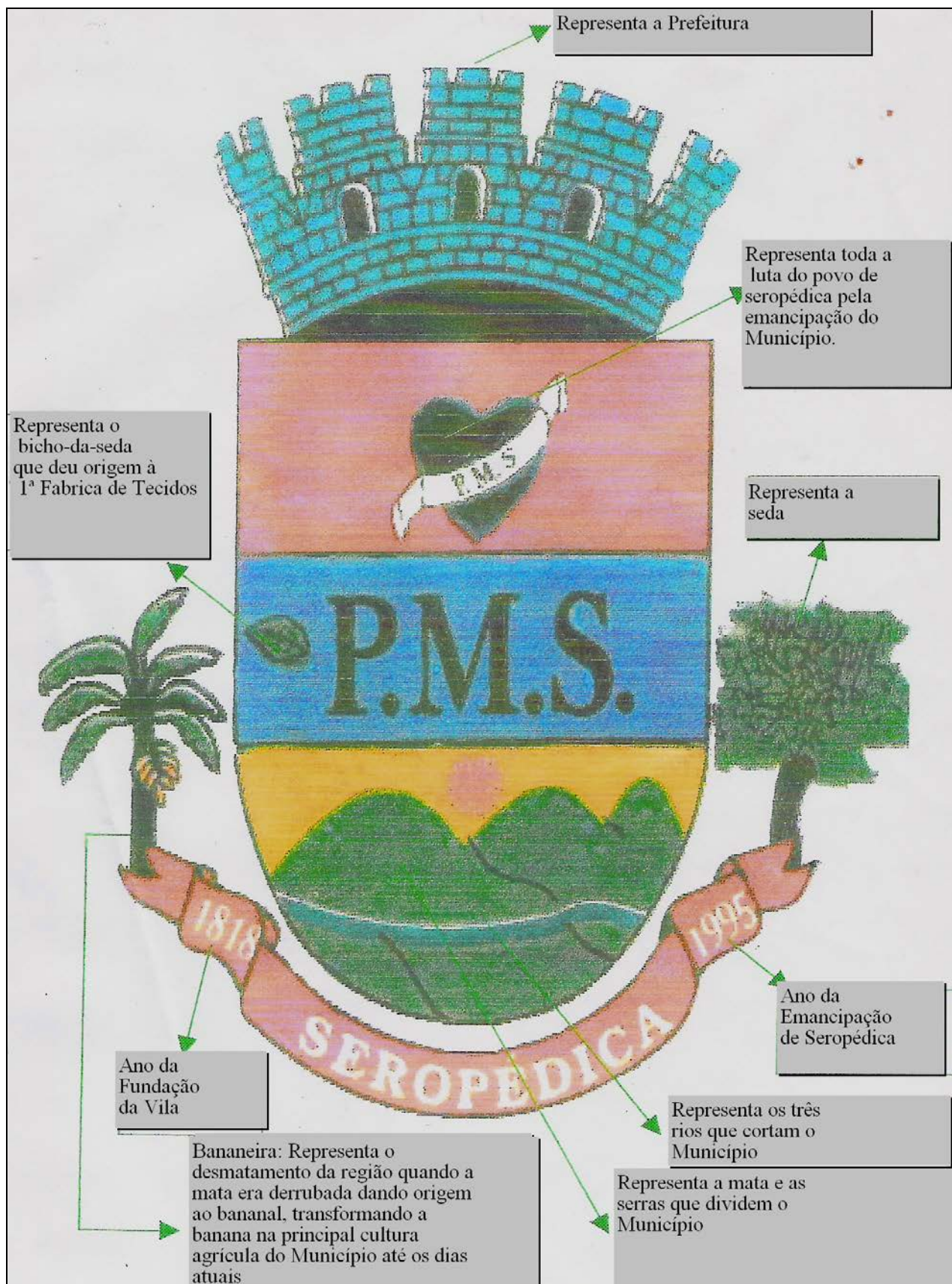
- CAPRA, F. *O ponto de mutação: a ciência, a sociedade e a cultura emergente*. São Paulo: Cultrix, 1982.
- COSTA, Stella Regina Reis. *Qualidade em turismo, hotelaria e entretenimento*. Curso de MBA em Turismo, Hotelaria e entretenimento da Fundação Getúlio Vargas, FGV Management. Rio de Janeiro, RJ, 2001.
- FARIA, Ana Maria Rocha. *Qualificação e capacitação profissional como estratégia competitiva para o setor de turismo/ hospitalidade*. Niterói, 2003. Dissertação (Mestrado em Sistema de Gestão) – Universidade Federal Fluminense.
- FERNANDES, Francisco, LUFT, Celso P. e GUIMARÃES, F. Marques. *Dicionário Brasileiro Globo*. 56. ed. São Paulo: Globo, 2003.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Miniaurélio: o minidicionário da língua portuguesa*. Curitiba. 6. ed. ver. atualiz. Editora Positivo, 2004. 896 p.
- LE BOURLEGAT, Cleonice Alexandre. *Ordem local como força interna de desenvolvimento*. Interações - Revista Internacional de Desenvolvimento Local. Campo Grande: UCDB, vol. 1, número 1, setembro 2001.
- _____. MANUAL de comercialização de circuitos para operadores de turismo: rota 040 caminho novo da Estrada Real. s.l. SEBRAE: s.d.
- _____. MANUAL de instrução para organização e apresentação de dissertação e teses na UFRRJ. Seropédica. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2002, 19 p
- PASSOS, Elizete. *Ética nas Organizações*. São Paulo: Atlas, 2004, 184p.
- SOUZA, Marcelo José Lopes de. *Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local?* Turismo: Desenvolvimento Local. São Paulo: Hucitec, 1999.
- TRIGO, Luiz G. G. *Turismo e qualidade: tendências contemporâneas*. Campinas, SP: Papyrus, 1993.
- _____. *Turismo, políticas de ordenamento territorial e desenvolvimento: um foco no Estado do Paraná no Contexto regional*. 2002. 277f. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - FFLCH - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (USP), São Paulo.
- VALADARES, Maurício Castelo Branco. *Planejamento estratégico empresarial*. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora Ltda., 2002, 118 p.

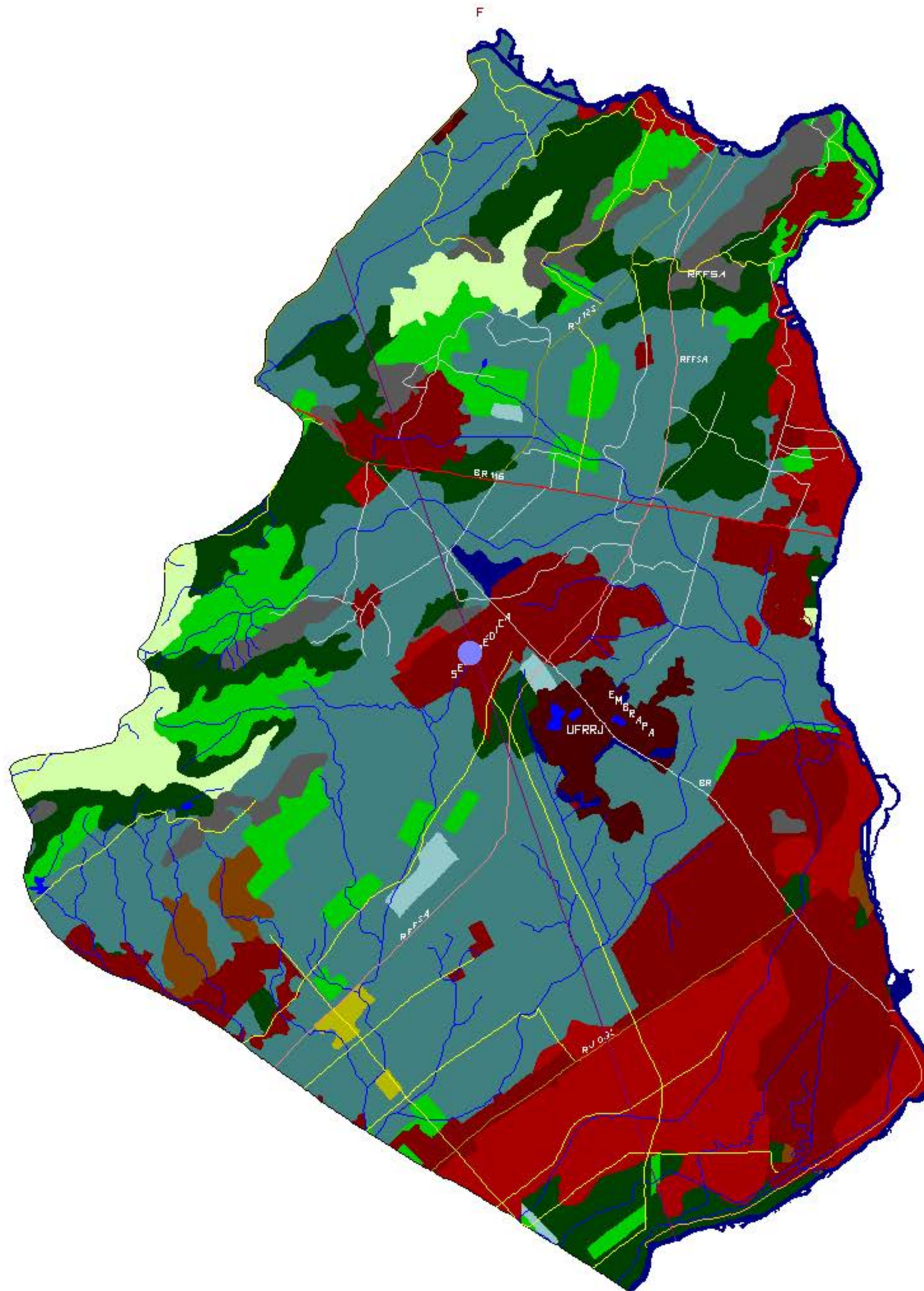
ANEXOS

ANEXO I: FOTO DA REGIÃO DE SEROPÉDICA



ANEXO II: O BRASÃO DE SEROPÉDICA

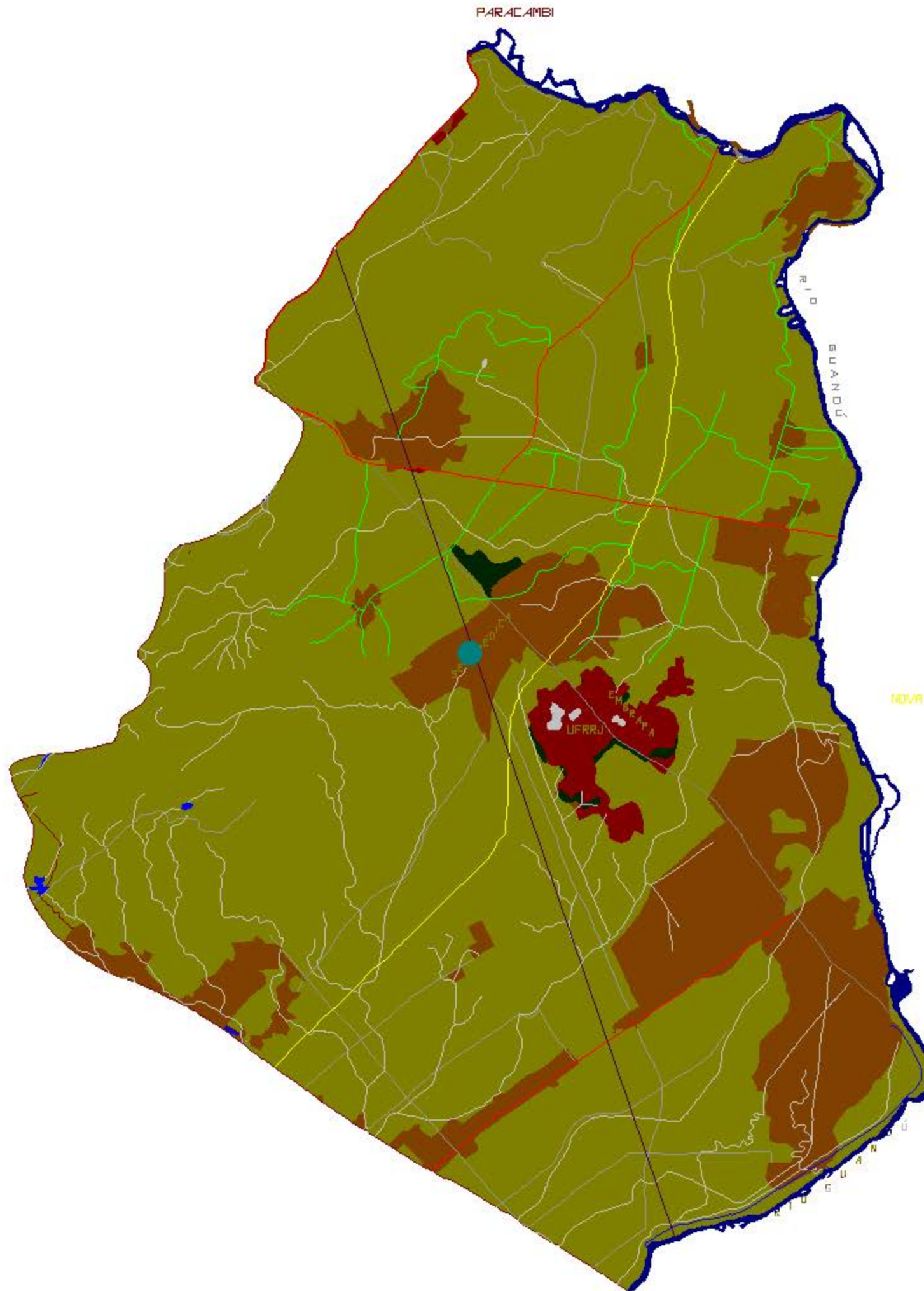




- FUN
- Limite Municipal
- Lago
- Áreas Urbanas/em Urbanização
- Via Dutra
- Pastagem
- Afloramento de Rocha
- Vegetação Herbacea-Arbustiva
- Cultivo
- Area Institucional
- Floresta Economica
- Pedreira
- Vegetacao Higrofitas
- Area de Lazer
- Extrativismo mineral
- Mata Atlântica
- Gasoduto
- Limite
- Rodovia Simples não Pavimentada
- Drenagem
- Rodovia Simples Pavimentada
- Caminhos e Trilhas
- Ferrovia
- Dique
- Rio Guandu
- Rodovia Simples Pavimentada Br 465
- UFRRJ
- Sede Municipal Seropédica
- Area Fora de Analise

7497000:620000

7497000:642000



- Via Dutr
- Área Institucional
- Rodovia Simples Pavimentada Br 465
- Fundo
- Limite
- Gasoduto
- Rodovia Simples não Pavimentada
- Drenagem
- Rodovia Simples Pavimentada
- Caminhos e Trilhas
- Ferrovia
- Lago
- Dique
- Rio Guandu
- Área Fora de Análise
- Sede Municipal Seropédica
- UFRRJ
- Área Fora de Análise
- Áreas urbanas/em urbanização
- Área Industrial

7470000:620000

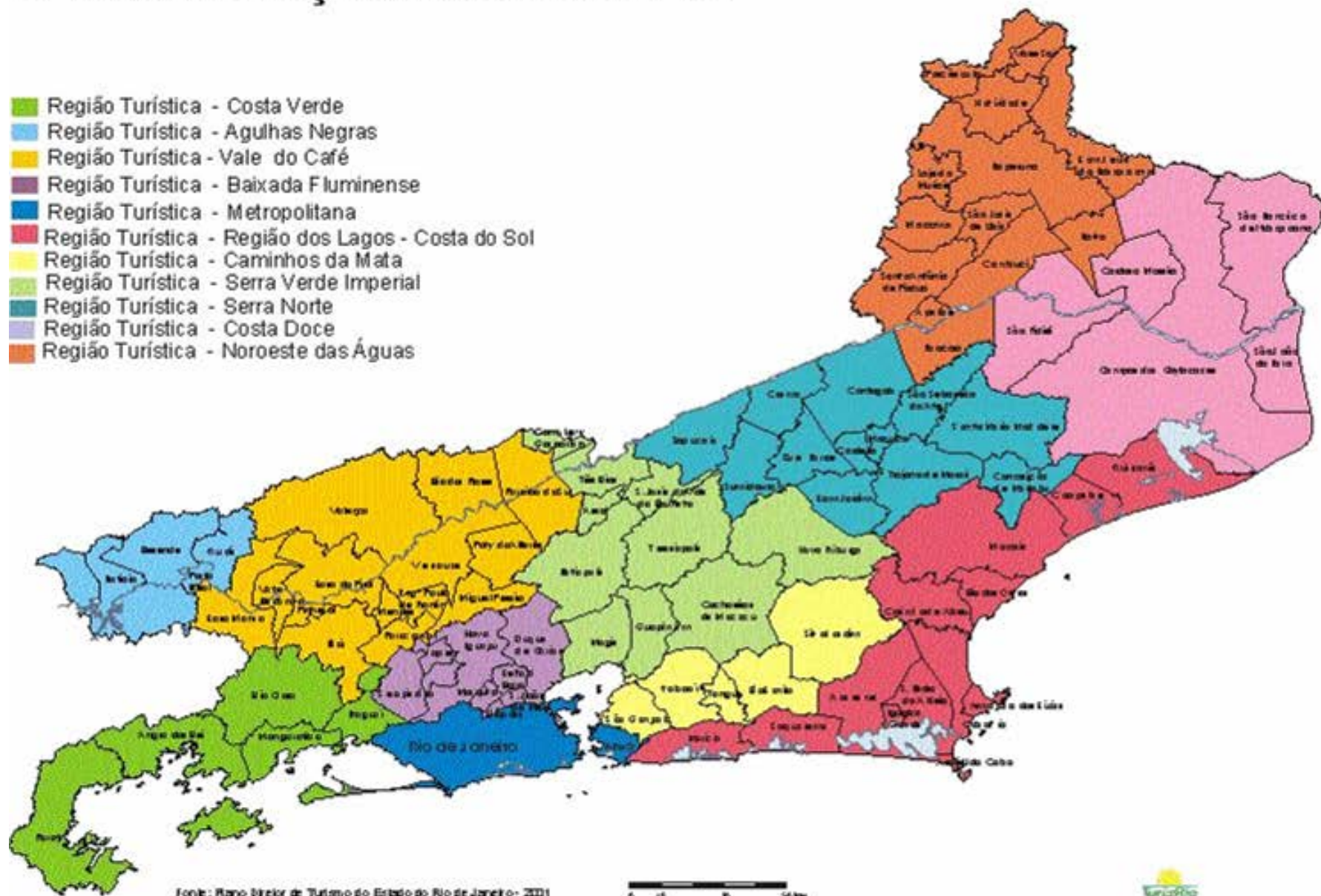
Data: 5/1/2006

Resolução: 25 m

7470000:642000

REGIONALIZAÇÃO TURÍSTICA - RJ

- Região Turística - Costa Verde
- Região Turística - Agulhas Negras
- Região Turística - Vale do Café
- Região Turística - Baixada Fluminense
- Região Turística - Metropolitana
- Região Turística - Região dos Lagos - Costa do Sol
- Região Turística - Caminhos da Mata
- Região Turística - Serra Verde Imperial
- Região Turística - Serra Norte
- Região Turística - Costa Doce
- Região Turística - Noroeste das Águas



ANEXO VI: FAZENDA CAXIAS

FOTO 01: CAPELA DA FAZENDA CAXIAS - ANTIGA SEROPÉDICA DE ITAGUAI



FOTO 02: FACHADA DA FAZENDA CAXIAS - ANTIGA SEROPÉDICA DE ITAGUAI



FOTO 03: LATERAL DA FAZENDA CAXIAS - ANTIGA SEROPÉDICA DE ITAGUAI



FOTO 04: FUNDOS DA FAZENDA CAXIAS – ANTIGA SEROPÉDICA DE ITAGUAI



FOTO 05: SERROPEDICA DE ITAGUAI (1854)

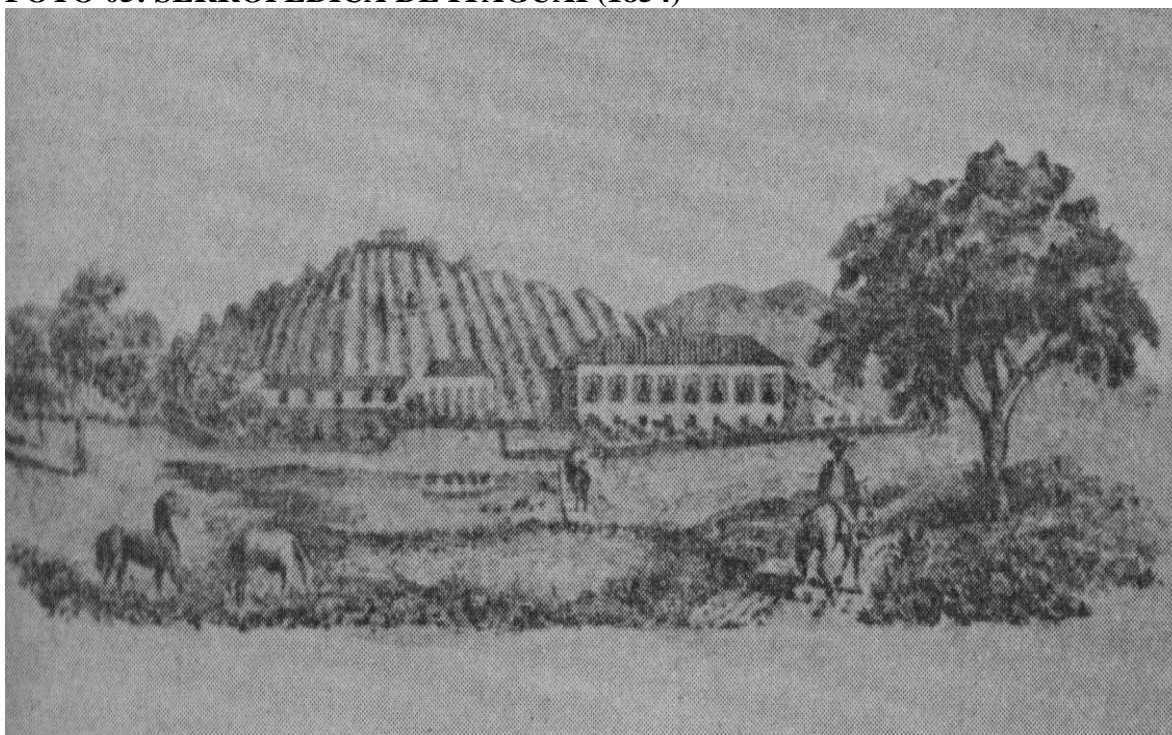


FOTO 06: SERROPEDICA DE ITAGUAI (1854)

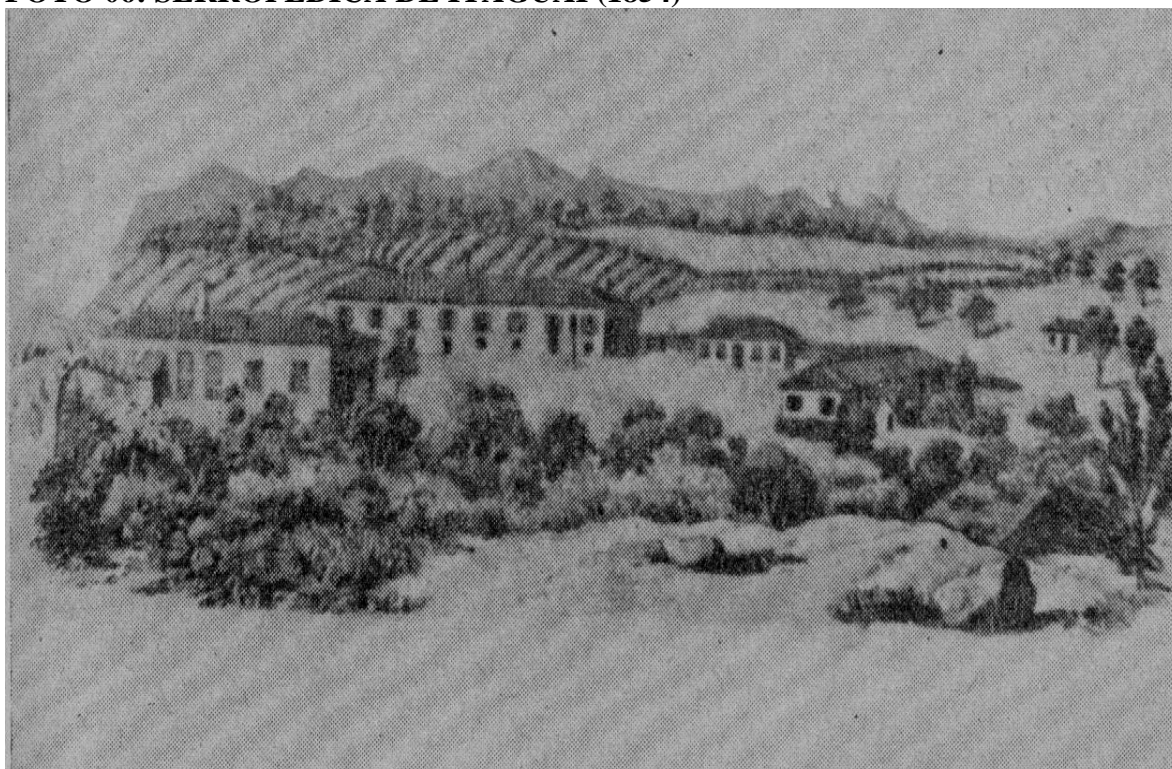


FOTO 07: SERROPEDICA DE ITAGUAI (1880)

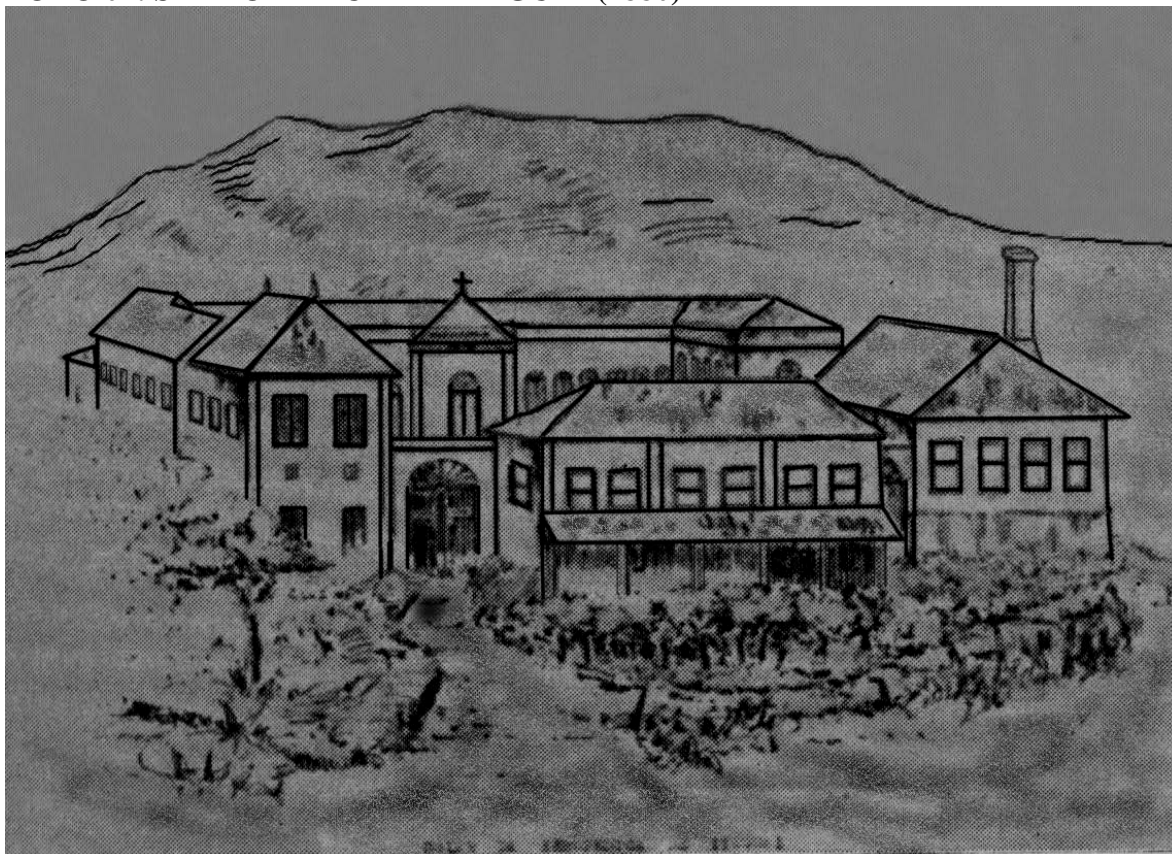
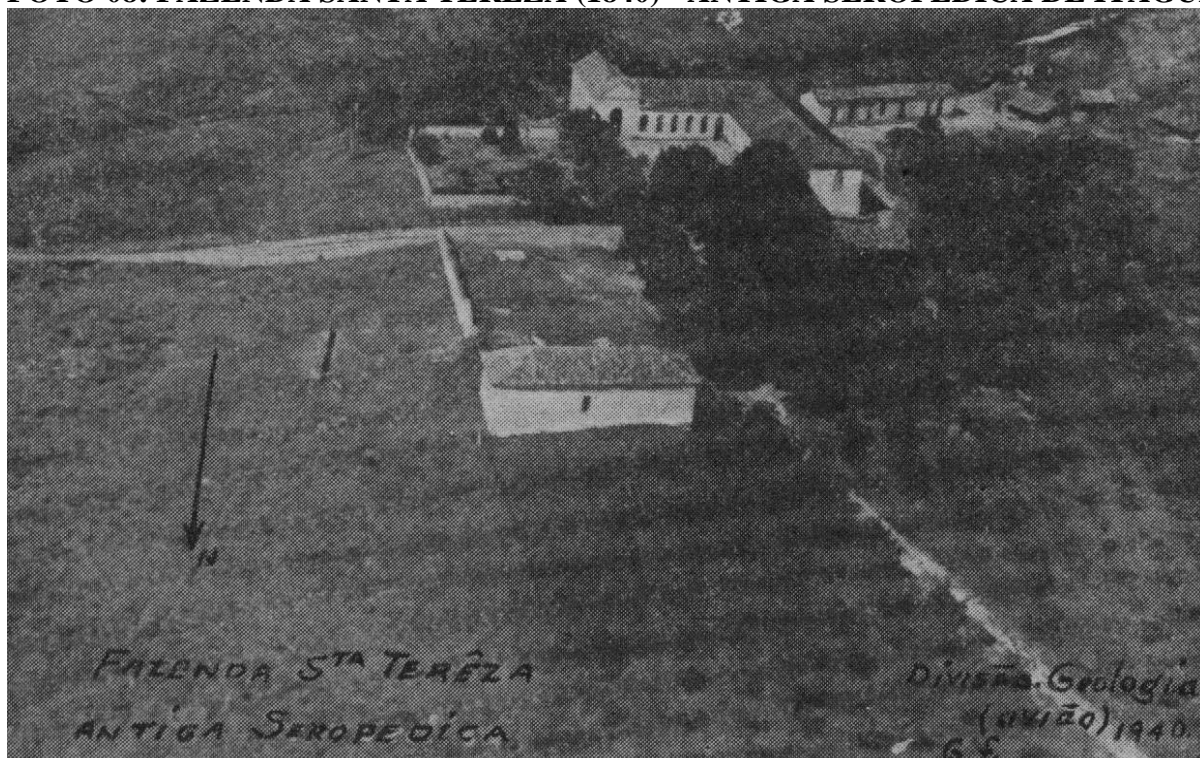


FOTO 08: FAZENDA SANTA TEREZA (1840) - ANTIGA SERROPEDICA DE ITAGUAI



ANEXO VII: POTENCIAIS TURÍSTICOS DE SEROPÉDICA

FOTO 01: SERRAS DE SEROPÉDICA



FOTO 02: FAZENDA PARAISO DA CIDADE



FOTO 03: Sede Administrativa da Área de Conservação Ambiental - FLONA



Foto 04: PASSEIO PÚBLICO NA FLONA



FOTO 05: RIACHO NA FLONA



FOTO 06: RIO GUANDU



FOTO 07: RIO GUANDU



FOTO 08: CASA DE PEDRA



FOTO 09: CASA DA FARINHA



FOTO 10: UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO (UFRRJ)



FOTO 11: PÁTIO PRINCIPAL UFRRJ



ANEXO VIII: Carta Cultural da Baixada Fluminense

30 de abril, o dia da Baixada

Quem é quem no cenário cultural da Baixada Fluminense.

Reuniram-se, no dia 09 de dezembro de 2000, no horário das 09 às 17h, no Campus da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense (UERJ) , no Bairro Vila São Luís em Duque de Caxias, sob a Coordenação do PINBA (Programa Integrado de Pesquisas e Cooperação Técnica na Baixada Fluminense) e do IPAHB (Instituto de Pesquisas e Análises Históricas e de Ciências Sociais da Baixada Fluminense), agentes culturais, representando os mais diversos setores do universo cultural da Baixada Fluminense, tais como: Teatro, Música, Literatura, Folclore, Artesanato, Imprensa, Pesquisa Social, Ecologia, Artes Plásticas, etc, em torno da chamada inicial "Quem é quem no cenário cultural da Baixada Fluminense". Primeiramente, é necessário definir que esta região hoje é composta dos municípios de Magé, Guapimirim, Duque de Caxias, São João de Meriti, Nilópolis, Belford Roxo, Mesquita, Nova Iguaçu, Queimados, Japeri e Paracambi , que, somados, possuem uma população em torno de quatro milhões de habitantes, em um espaço aproximado de 4 mil Km².

Sua história liga-se à da Cidade do Rio de Janeiro, e esta cresceu e se tornou capital política, econômica, social, cultural e turística, graças à existência de uma grande baía e, no seu entorno, de uma grande malha hidroviária importante no seu passado. A seguir veio a ferrovia e hoje é cortada por duas grandes rodovias nacionais: a Presidente Dutra e a Washington Luiz. Mais recentemente foram completadas nos seus acessos pela Linha Vermelha e pela Via Light. Está em curso o projeto da rodovia que ligará pela BR 109 o Porto de Sepetiba, em Itaguaí, a Petrópolis, a Magé, a Teresópolis e ao restante do país.

O que se visualiza para a Baixada no decorrer do próximo século, além do desenvolvimento econômico, é sem dúvida a melhoria da qualidade de vida, alcançada como fruto das mudanças estruturais em nível sócio-econômico. Inevitavelmente estas melhorias já estão trazendo aumento das atividades de lazer, representadas, ainda, nas suas formas massificadas da vida urbana, pelas casas de espetáculos acopladas às casas de gastronomia. Observa-se total falta de infra-estrutura das atividades culturais para oferecer lazer e entretenimento de qualidade.

Com o objetivo de refletir sobre a cultura, várias tentativas foram feitas no decorrer desta década que ora termina. Por iniciativa do Estado foi motivada a criação do Fórum Estadual de Cultura, em nível do Estado e em nível Regional. Reuniram-se algumas vezes no início da década, no entanto seus resultados foram infrutíferos. O último encontro do Estado com a região foi em abril de 1999, em Duque de Caxias. Naquele momento foi tirado um documento contemplando os anseios dos vários segmentos reunidos no SESI. Deste encontro nasceu a Carta da Baixada, "um documento-síntese" que reafirmou a convicção dos participantes no potencial dos artistas, pesquisadores, historiadores e promotores culturais locais, ao mesmo tempo que foram destacadas diversas diretrizes para nortear a formulação de uma política cultural para a região, entre elas:

- * A criação de formas institucionais de interlocução entre o poder público e os agentes culturais locais;
- * A promoção de ações que visem à qualificação profissional desses agentes;
- * O resgate do patrimônio histórico e cultural dos municípios que compõem a região.

Em Ato do Secretário de Estado de Cultura, estabelecido pela Resolução nº 010 de 10 de fevereiro de 2000, foram ratificadas as reivindicações daquele encontro com nomeação da Comissão Intermunicipal da Baixada, tendo sido os nomes publicados em Diário Oficial no dia 11 de agosto de 2000.

Esta Comissão, com prazo de um ano para proceder juntamente com os Órgãos Técnicos ao levantamento do Patrimônio Histórico-cultural, até o presente momento ainda não se reuniram por falta de iniciativa da própria Secretaria de Cultura. Tememos que seja mais um ato resolutivo, que não passe das intenções.

Neste sentido, os diversos segmentos culturais, apreensivos quanto aos destinos da cultura na Baixada Fluminense, resolvem reunir-se neste encontro para refletir democraticamente sobre questões pertinentes, buscar saídas e encaminhar sugestões. Nos grupos foram definidas algumas questões pontuais que vão abaixo elencadas:

Considerando:

1. Que o Patrimônio Cultural de nosso povo não tem recebido a devida atenção das autoridades públicas, ferindo princípios constitucionais;
2. Que a produção cultural ora tem sido vista como atividade de lazer, ora como fonte de renda das camadas carentes da população, sem projetos que façam crescer a consciência crítica sobre a cultura como fator de desenvolvimento de nosso povo;
3. A falta de espaços culturais públicos adequados ao desenvolvimento de atividades cênicas, circenses, conferências e grandes eventos;
4. Que a cultura tem sido vista pelos segmentos dominantes e elitizados da sociedade como privilégio dos mais ricos;
5. Que a cultura é um instrumento vivo da realização do cidadão como membro de uma comunidade;
6. Que o folclore (dança, folguedos e músicas) reúne manifestações profundas dos sentimentos dos diversos povos que ocuparam esta região e que por falta de apoio das diversas Secretarias de Cultura, encontra-se em processo de extinção;
7. Que o Patrimônio Histórico, ao longo das últimas décadas deste século, foi destruído sem que houvesse interesse em preservá-lo;
8. Que as fontes da história, entre elas, a escrita, a fotográfica, a arqueológica, a etnográfica e a antropológica, vêm sofrendo um processo de destruição, sem que a elas tenhamos acesso, ora por falta de pesquisa, ora por falta de divulgação, através do Poder Público ou da iniciativa privada, já que é do Estado o dever constitucional de garantir o seu acesso e a sua preservação;
9. Que as políticas públicas em nível Federal, Estadual e Municipal, pouco têm feito no sentido de garantir a preservação e o acesso ao pouco que restou;

10. Que não se justificam tais entendimentos, haja vista ser a história uma ciência importante na formação de conteúdos para o adequado planejamento e desenvolvimento de projetos, numa Baixada que desponta como região promissora do Estado com consequência do crescimento do espaço urbano e econômico e, por que não dizer, de decisão política;

11. Que o grande patrimônio natural e ecológico como as serras (Mar, Órgãos, Gericinó e Medanha), as florestas nativas, os manguezais, os rios, o solo, sofreram ao longo da ocupação uma ação predatória e irresponsável.

Neste sentido propomos:

1. Que o conteúdo da história, da cultura e da geografia da Baixada seja incluído como tema obrigatório nas Escolas do Ensino Fundamental, nas 4ª, 5ª e 6ª séries, em todos os municípios da região. Com este objetivo recomenda-se sejam feitas gestões junto aos conselhos municipais de educação, já em funcionamento, e junto ao Conselho Estadual de Educação;

2. Implantação, com caráter deliberativo, do Conselho Municipal de Cultura em cada Município;

3. Desmembrar a Cultura da Educação, dando status de Secretaria, nos municípios em que ainda não foram desmembradas;

4. Criação do Curso de Produção Cultural, de preferência em nível superior (extensão, graduação ou pós-graduação);

5. Assento no Conselho Estadual de Cultura de dois membros da Baixada Fluminense, sendo um institucional e outro da comunidade;

6. Que seja procedido em cada município o levantamento histórico, cultural e patrimonial, dentro de um processo de tombamento e conservação;

7. Que seja criada em cada município Comissão com o objetivo de levantamento, tombamento e preservação do Patrimônio Histórico e Cultural, incentivando a iniciativa privada a participar deste processo, visando a desenvolver o turismo histórico na região.

8. Em caráter de urgência, sejam destinadas verbas para recuperação dos seguintes Patrimônios Históricos Arquetetônico, que se acham em estado precário:

- * Torre Sineira da Igreja de N. S. da Piedade Iguassú, em Nova Iguaçu;
- * Fazenda São Bento, em Duque de Caxias;
- * Igreja de Nossa Senhora da Piedade de Inhomirim, em Magé;
- * Estação Ferroviária de Guia de Pacopaíba, em Magé;
- * Casa da Grota, em São João de Meriti;
- * Fazenda do Brejo, em Belford Roxo;
- * Fazenda São Bernardino, em Nova Iguaçu;
- * Igreja do Pilar, em Duque de Caxias;

9. Que seja criada na Secretaria de Desenvolvimento da Baixada um Departamento de Patrimônio Histórico, com vistas ao Centro de Referência Histórica ou mesmo ao Museu da Baixada, que seja dinâmico, capaz de produzir todo o referencial de cidadania àqueles que aqui se fixaram ao longo dos séculos (Portugueses, Espanhóis, Italianos, Alemães, Judeus, Árabes, Sírio Libaneses, Japoneses, Afros e Indígenas e outros, além de gente de todas as regiões do Brasil).
10. Que sejam feitas pelas Prefeituras da região campanhas de doações para formação do acervo histórico, nas suas diversas fontes. Assim também, campanhas educativas de preservação do Patrimônio Histórico nas Escolas e na Sociedade.
11. Criação de uma Biblioteca Pública de porte em cada município da Baixada, de fácil acesso a todos os municípios.
12. Fortalecimento nos municípios das feiras e dos espaços dedicados ao artesanato como fonte de produção cultural;
13. Criação no âmbito das Secretarias de Cultura de um Departamento dedicado ao Folclore Nacional e Regional, com intercâmbio entre os diversos grupos da Região e dos demais Estados da Federação;
14. Que as Prefeituras dos Municípios e Cidades da Baixada garantam efetivamente nas dotações orçamentárias um percentual mínimo de 3% para o desenvolvimento de Projetos Culturais, e que os mesmos sejam definidos pelas comunidades;
15. Criação do Consórcio Intermunicipal de Cultura, entre municípios que possuem identidade geográfica e de comunicação, que facilite os acessos, objetivando a criação de multiespaços culturais, visando ao desenvolvimento de megaprojetos;
16. Que as Universidades e Faculdades da Baixada motivem os seus alunos dos cursos de graduação e pós-graduação e nas diferentes áreas de conhecimento, a pesquisarem sobre a realidade da Baixada;
17. Que o setor público efetive concretamente o seu apoio na produção literária e científica;
18. Que seja incentivado o setor privado a apoiar as atividades de caráter cultural;
19. Conscientização do 3º setor (das ONGs) no sentido de desenvolver projetos independentes do setor público, entendendo-se que a cultura não pode esperar somente do Poder Público, ou a ele ficar atrelada;
20. Criação, nos municípios, de leis que venham incentivar a cultura;
21. Que a data de 30 de Abril de cada ano seja comemorada como o Dia da BAIXADA FLUMINENSE.

Justificativa:

Esta data refere-se à inauguração da primeira estrada de ferro construída no Brasil, que ligava o porto de Mauá - Estação da Guia de Pacopaíba à região de Fragoso. A estrada de Ferro tornou-se um marco histórico da ocupação urbana, dando um novo perfil na ocupação do solo. Foi o fim dos portos fluviais, da navegação pelos rios e dos caminhos de tropeiros. Dentro dos considerandos e propostas aqui apresentadas e relacionadas, as entidades, grupos e pessoas que produzem, divulgam e promovem todas as formas de cultura na região, que participaram do encontro (conforme livro de presença à disposição dos interessados), colocam-se ao inteiro dispor das Prefeituras e demais órgãos Estaduais e Federais, para colaborar na produção, divulgação e preservação do Patrimônio Histórico e Cultural da Baixada Fluminense. Acreditamos, acima de tudo, em nossas potencialidades.

FEBF, Duque de Caxias, 09 de Dezembro de 2000.

Pela Coordenação do Encontro,
Paulo Christiano Mainhard - Coordenador do [PINBA](#)
Gênesis Pereira Torres - Presidente do [IPAHB](#)

ANEXO IX: SÍNTESE DA ANÁLISE DOS AMBIENTES EXTERNO E INTERNO CONTEMPLANDO AÇÕES PROPOSTAS

Análise do Ambiente Externo	
Oportunidades	Algumas ações propostas
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo o maior negócio do mundo, responsável 10% do PIB • Preocupação da sociedade com a preservação do meio ambiente • Crescimento do turismo no meio rural, ecoturismo, turismo cultural • Rede de apoio ao desenvolvimento turístico • Secretaria de Turismo do Estado RJ • Turisrio (Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro). • Fórum Estadual de Turismo/RJ • SENAR (Serviço Nacional de Aprendizado Rural) • SEBRAE-Rio (Arranjo Produtivo Local) • IPAHB (Instituto de Pesquisa e Análises Históricas e de Ciências Sociais da Baixada Fluminense) • Programa PROSPERAR 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar o Conselho Municipal do Turismo e o Fórum Municipal de Turismo • Elaborar o Plano de Desenvolvimento do Turismo (Plano Diretor) • Desenvolver Estratégia de Atuação em Regiões Turísticas (Arranjos Produtivos Locais) • Ações de Capacitação para o Desenvolvimento Turístico • Ações para o Desenvolvimento do Produto Turístico • Ações de Marketing e Vendas do Produto Turístico

Ameaças	Algumas ações propostas
<ul style="list-style-type: none"> • Município pertencer a região de Baixada Fluminense (alto índice de criminalidade, pobreza, falta de políticas públicas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar o Conselho Municipal do Turismo e o Fórum Municipal de Turismo • Elaborar o Plano de Desenvolvimento do Turismo (Plano Diretor) • Desenvolver Estratégia de Atuação em Regiões Turísticas (Arranjos Produtivos Locais)
<ul style="list-style-type: none"> • Mídia Negativa (turismo sexual, violência urbana, falta de políticas publicas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ações de Marketing e Vendas do Produto Turístico
<ul style="list-style-type: none"> • Concorrência de qualidade com barreira aos novos entrantes (Região Ciclo do Café). 	<ul style="list-style-type: none"> • Ações de Capacitação para o Desenvolvimento Turístico • Desenvolver Estratégia de Atuação em Regiões Turísticas (Arranjos Produtivos Locais). • Ações para o Desenvolvimento do Produto Turístico • Ações de Marketing e Vendas do Produto Turístico

Análise do Ambiente Interno	
Pontos Fortes	Algumas ações propostas
<ul style="list-style-type: none"> • Privilegiado posicionamento geográfico 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar o Plano de Desenvolvimento do Turismo (Plano Diretor) • Desenvolver Estratégia de Atuação em Regiões Turísticas (Arranjos Produtivos Locais)
<ul style="list-style-type: none"> • Aptidão agrícola (agricultura familiar, fruticultura, olericultura) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ações de Capacitação para o Desenvolvimento Turístico • Ações para o Desenvolvimento do Produto Turístico
<ul style="list-style-type: none"> • Patrimônio ambiental (trechos rurais, serranos, FLONA) 	<ul style="list-style-type: none"> • Valorização do Patrimônio Natural (Serras do Catumbi, da Cambraia e FLONA) • Criação de atrativos ecológicos, ambientais e esportivo
<ul style="list-style-type: none"> • Centros Acadêmicos e de Pesquisa (UFRRJ, EMBRAPA, IBAMA) 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar o Conselho Municipal do Turismo e o Fórum Municipal de Turismo • Ações de Capacitação para o Desenvolvimento Turístico • Sistema de medição que permite avaliar e acompanhar o desempenho global, visando a melhoria contínua
<ul style="list-style-type: none"> • Passado Histórico-Cultural (Imperial Cia Seropédica Fluminense) 	<ul style="list-style-type: none"> • Valorização do Patrimônio Histórico-cultural • Ações para o Desenvolvimento do Produto Turístico • Ações de Marketing e Vendas do Produto Turístico

Pontos Fracos	Algumas ações propostas
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de otimização dos potenciais turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Valorização do Patrimônio Histórico-cultural • Ações para o Desenvolvimento do Produto Turístico • Ações de Marketing e Vendas do Produto Turístico
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de infra-estrutura básica, ambiental e turística 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar o Conselho Municipal do Turismo e o Fórum Municipal de Turismo • Elaborar o Plano de Desenvolvimento do Turismo (Plano Diretor) • Desenvolver Estratégia de Atuação em Regiões Turísticas (Arranjos Produtivos Locais)
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de um Conselho Municipal Turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar o Conselho Municipal do Turismo e o Fórum Municipal de Turismo
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de Planejamento Turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar o Plano de Desenvolvimento do Turismo (Plano Diretor)
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de Sistematização da Gestão das Informações 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar o Conselho Municipal do Turismo e o Fórum Municipal de Turismo • Ações de Capacitação para o Desenvolvimento Turístico • Sistema de medição que permite avaliar e acompanhar o desempenho global, visando a melhoria contínua • Desenvolver Estratégia de Atuação em Regiões Turísticas (Arranjos Produtivos Locais)