

# Caracterização de Arranjos Produtivos Locais de Turismo: Uma Análise Com Base na Teoria dos Espaços<sup>1</sup>

José Elmar Feger<sup>2</sup>  
Milton Luiz Wittmann<sup>3</sup>  
Marcos Luiz Fillippim<sup>4</sup>  
Luciana Davi Traverso Nodari<sup>5</sup>  
Fábio Lazzarotti<sup>6</sup>

Universidade do Oeste de Santa Catarina – Unoesc  
Universidade de Santa Cruz do Sul – Unisc  
Universidade Presbiteriana Mackenzie

## Resumo

A temática deste trabalho é a regionalização do turismo, a opção como base teórica, foi a teoria do espaço turístico. O campo de estudo adotado foram os municípios pertencentes ao Arranjo Produtivo Local Rota da Amizade no Oeste catarinense, por ser um projeto em desenvolvimento e servir como um caso de pesquisa. O objetivo central foi caracterizar as presenças das categorias espaciais possíveis, a partir da localização dos atrativos turísticos no território. É uma pesquisa de levantamento descritivo-analítica, com base em dados coletados, pesquisa a fontes bibliográficas e documentais. O trabalho, de acordo com o modelo proposto de estudo, evidenciou em seus resultados que a região em epígrafe possui quatro centros de distribuição, dois centros de excursão e um centro de estada. Contudo, esse trabalho teve limitantes nos aprofundamentos relativos à territorialidade, em função da inserção do turismo em áreas utilizadas para outras atividades não-turísticas e questões relativas à hierarquização de fatores.

**Palavras-chave:** Espaço turístico; Região turística; Atrativos turísticos; Infra-estrutura turística

## 1 Introdução

A estruturação do turismo a partir de uma abordagem regional está sendo estimulada como fator de desenvolvimento endógeno, especialmente a partir do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (BRASIL, 2004). A fundamentação desse programa está na assimilação da noção de território como espaço e lugar de interação do

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT “Turismo e Gestão Organizacional” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006.

<sup>2</sup> Bacharel em Administração (UnC), Mestre em Desenvolvimento Regional (Furb), Doutorando no Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional (Unisc), joseelmar.feger@unoesc.edu.br

<sup>3</sup> Bacharel em Administração (Unijui), Mestre em Administração (UFRGS), Doutor em Administração (USP), wittmann@unisc.br

<sup>4</sup> Graduado em História (Unoesc), Mestre em Turismo e Hotelaria (Univali), marcos.filippim@unoesc.edu.br

<sup>5</sup> Graduação Tecnólogo em Hotelaria (UCS), Graduação em Letras (Unoesc), Mestre em Turismo e Hotelaria (Univali), Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas (Mackenzie), luciana.nodari@unoesc.edu.br

<sup>6</sup> Bacharel em Administração (Unoesc), Mestre em Administração Gestão Moderna de Negócios (Furb), fabio.lazzarotti@unoesc.edu.br

homem com o ambiente, originando diversos modelos organizacionais do relacionamento entre a natureza, a cultura e os recursos.

Verifica-se, na justificativa do referido programa, que na delimitação do território há uma forte relação com os poderes constituídos (nacional, estadual, municipal), porém com uma conformação regional a partir da negociação com os representantes do território, ficando clara a intenção dos responsáveis pelo programa de romper com os conceitos tradicionais de regionalização, quando destacam que “[...] deve-se perceber o conceito como um esforço coordenado de ações integradas entre municípios, Estados e países” (BRASIL, 2004, p. 9).

O fato de buscarem a participação dos atores sociais para a elaboração do planejamento e implementação das estratégias, incorporando na ordenação dos arranjos produtivos locais e superando a visão estritamente setorial do desenvolvimento, demonstram aceitar que os vínculos de parceria, integração e cooperação dos setores geram possibilidades mais amplas de bem-estar às populações, contudo existem algumas questões que parecem estar ainda sem solução.

a) Primeiro, o envolvimento da sociedade na definição de estratégias de desenvolvimento parece ser cada vez mais aceita como uma forma de enfrentar os pressupostos essencialmente quantitativos adotados pelos modelos de crescimento, os quais levam a disparidades econômicas e ao abandono de recursos locais em virtude da sua concentração na localização dos fatores de produção. Esse novo paradigma surge da consciência da existência de freqüentes referências a desenvolvimento endógeno (mobilização dos próprios recursos), ascendente (protagonismo dos agentes locais), autocentrado (centrado nas necessidades da própria comunidade), sustentável (garantia de utilização dos recursos também por gerações futuras), cujo sentido está parcialmente inserido no desenvolvimento local (CAVACO, 1999). Uma limitação que ocorre nesse processo, no tocante ao turismo, é o nível de conhecimento, muitas vezes precário, sobre o funcionamento do sistema turístico, por parte dos atores envolvidos no processo de planejamento regional, levando a decisões com base em interpretação superficial do potencial turístico e, por conseqüência, a estratégias pouco consistentes.

b) Segundo, não se tem levado em consideração a análise do território, como um instrumento de poder, ou seja, quem domina ou influencia quem nesse espaço, como alerta Souza (1995), pois o campo de forças que se forma numa região é bem mais amplo, envolvendo um número maior de instituições, as quais, muitas vezes, tem maior condição de domínio ou de fazer valer seus interesses. No caso do sistema turístico, conforme a teoria das restrições (GOLDRATT, 1994), parece ser a demanda que possui a condição de comando e,

nesse sentido, teoricamente, os municípios ou locais com uma hierarquia maior de atrativos (aqueles que possuem condições de atrair público de maior distância), parecem ser os que apresentam maiores condições de regular o fluxo turístico. Essa noção, em princípio, não está recebendo uma atenção adequada nos processos em andamento (pelo menos nos acompanhados pelos autores desta pesquisa), pois, de maneira geral, os processos de regionalização ocorrem abrangendo áreas delimitadas a partir de critérios político-administrativos e associações de municípios, fazendo com que algumas decisões sejam tomadas a fim de “não deixar ninguém de fora”, o que limita a oferta de um produto turístico mais qualificado.

c) Terceiro, como demonstra Boullón (2002), a regionalização do turismo está fortemente ligada à localização dos atrativos turísticos, o que implica na descontiguidade de áreas, levando à formação dos chamados territórios-rede (ALEXANDRE NETO, 1997; SOUZA, 1995), pois formam uma complexa malha de nós, cujos contatos com o espaço real se localizam em apenas alguns pontos do espaço concreto e disputam com outras redes superpostas à mesma área de influência econômica. Essa última percepção, leva à constatação de que, por ser o turismo intensamente ligado à localização dos atrativos, faz com que o turista se desloque por territórios não-turísticos, podendo, caso não se adotem medidas adequadas, prejudicar a imagem da região. Como demonstra Petrocchi (2001), o sistema turístico é composto por uma infinidade de subsistemas e tem o seu desempenho dependente dos desempenhos de cada uma das partes que o compõem. “Aquilo que resultar do desempenho de todos os subsistemas é o que define o nível de competitividade do sistema como um todo, dentro de um mercado altamente concorrido. A falta de oferta de serviços competitivos (qualidade-preço-imagem) ameaça a sobrevivência do sistema” (PETROCCHI, 2001, p. 28). A competitividade do sistema turístico de uma região depende da sua possibilidade de interagir com os demais sistemas existentes no território, inferindo-se que, em certa medida, depende de fatores externos (territórios não-turísticos) ao sistema para que seja competitivo.

Existem outros pontos relevantes para a regionalização do turismo, destaca-se, entretanto, os em epígrafe para justificar a importância de estudos que levem em consideração essas implicações. O estudo, aqui apresentado, focou-se na discussão sobre o terceiro ponto, pois é necessário conhecer, em primeiro lugar, a localização dos atrativos, determinando-se os pontos em que os elementos turísticos tocam o espaço concreto, para, posteriormente, aprofundar os conhecimentos da sua interação com os demais sistemas econômicos e sociais que ocupam o mesmo território. Trata-se de um estudo exploratório, de cunho

analítico/descritivo, a partir de um caso ilustrativo, o Arranjo Produtivo Local Rota da Amizade, que está em estruturação na região Meio-Oeste do estado de Santa Catarina.

Em 2001, representantes do poder público dos municípios de Videira, Pinheiro Preto e Tangará uniram-se para criar o Vale da Uva e do Vinho, com o objetivo de implementar a atividade turística em seus municípios. Em outubro de 2001, três empresários hoteleiros dos municípios de Treze Tílias, Fraiburgo e Piratuba reuniram-se com integrantes do Vale da Uva e do Vinho, para buscar maior diversificação de entretenimentos com o aumento dos atrativos turísticos, o que, conseqüentemente, melhoraria a taxa de ocupação dos estabelecimentos hoteleiros. As atividades começaram a apresentar resultados efetivos, de forma que, em fevereiro de 2002, lançou-se a Rota da Amizade, roteiro turístico regional integrado por seis cidades (Videira, Pinheiro Preto, Tangará, Piratuba, Treze Tílias e Fraiburgo), cujo objetivo comum era o incremento turístico de todos os envolvidos no processo. Em 2004, o Sebrae lançou o projeto nacional dos APLs (arranjos produtivos locais), e as pessoas envolvidas com a Rota da Amizade começaram os trabalhos para inseri-la nessa idéia, a fim de qualificar ainda mais as ações turísticas existentes nesses municípios, que já estavam integrados, por meio dos recursos provenientes desse projeto.

Em função da localização geográfica e do contexto socioeconômico, percebe-se a necessidade da inserção do município de Joaçaba no APL e, por conseqüência, na Rota da Amizade. As atividades do arranjo produtivo local estão subdivididas em diversas etapas e iniciam com a seleção das empresas existentes no *trade* turístico, indo até a prospecção de mercado e distribuição de material promocional (ROTA DA AMIZADE, 2005).

O objetivo central do trabalho aqui apresentado foi caracterizar e analisar a região turística, constituída pelos municípios que compõem o Arranjo Produtivo Local Rota da Amizade, a partir da teoria do espaço turístico. Especificamente, pretendeu-se identificar em que categorias espaciais se enquadram os sete municípios que fazem parte do projeto; propor algumas estratégias que possam nortear com mais propriedade o desenvolvimento do turismo regional; contribuir, a partir de estudo de casos reais, para a melhoria do ensino e da teoria sobre regionalização do turismo e introduzir uma discussão que possa levar a novos projetos de pesquisa e análises do turismo regional.

Os dados para análise são originários de fontes bibliográficas e documentais, utilizando-se como documento central o denominado Análise de Cenários Para Planejamento Turístico da Rota da Amizade, produzido em 2005, e dos dados constantes do inventário turístico dos sete municípios que compõem o referido Arranjo Produtivo. Optou-se por utilizar como base teórica a teoria do espaço turístico de Boullón (2002), cujos pontos

geográficos de interesse turístico foram coletados com GPS (*Global Positioning System*), seguindo as recomendações básicas para o tipo de levantamento, que demanda cuidados quanto à quantidade mínima de satélites, proximidade de obstruções físicas e eletromagnéticas, condições de umidade e calor ambiente e localizados na região Meio-Oeste catarinense, utilizando-se da carta topográfica do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) disponibilizada no *site* da Epagri (Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina). A partir da observação dos pontos no mapa, passou-se a fazer a análise, orientando-se pela teoria utilizada como marco teórico, determinando-se a hierarquia espacial dos espaços turísticos.

Para facilitar o entendimento e aproveitar melhor o espaço disponível, optou-se por não fazer um capítulo introdutório como referencial teórico, o qual será inserido ao longo do texto, concomitantemente com a análise dos dados. O artigo está dividido em três partes. A primeira consistiu-se na introdução e tratou da explicitação dos objetivos e da metodologia; na segunda apresentam-se os dados e sua análise e na terceira trata-se das considerações finais e indicação de novos estudos necessários à complementação do conhecimento sobre o turismo na região.

## **2 Regionalização do turismo a partir da teoria dos espaços**

O interesse central do estudo aqui apresentado foi a regionalização do turismo a partir da localização dos elementos turísticos num determinado território, no caso, os municípios que fazem parte do Arranjo Produtivo Local Rota da Amizade. Utilizando-se da metodologia explicitada na introdução, apresentam-se, nesse tópico, os dados colhidos os quais vão sendo analisados concomitantemente com a base teórica que sustenta sua interpretação. Inicia-se com uma breve revisão sobre regionalização, seguindo-se pela caracterização dos elementos espaciais que se formam a partir da teoria dos espaços, concluindo-se com uma avaliação sucinta dos principais aprendizados obtidos.

Boullón (2002) explica que o conceito de região pode ser construído a partir de diferentes critérios. Pode-se definir uma região a partir da concentração de determinados tipos de atividades produtivas (indústria, agricultura) como também de outros aspectos como os índices sociais e econômicos, que, quando similares, conferem uma identidade à região. Outra forma de regionalização é a partir de critérios políticos, que se materializam na associação de municípios com interesse comum. Um terceiro critério de regionalização é o interesse de intervir num determinado espaço, por questões estratégicas, cujos limites são

estabelecidos por decisões político-administrativas, as quais são denominadas regiões-plano ou regiões-programa. Essas qualidades válidas para a análise econômica não podem ser transportadas para o espaço físico, porque vários elementos materiais de natureza diversa compartilham uma mesma unidade espacial. As regiões denominadas agrícolas são entrecortadas por espaços ocupados por indústrias, e as regiões industriais apresentam áreas utilizadas para agricultura, ou seja, dificilmente, encontram-se regiões totalmente homogêneas. Ao considerar a concentração de bens e serviços em determinados conglomerados urbanos, os quais têm capacidade de estender sua influência para além de seus limites, abrangendo uma área maior que a rodeia, surge a qualidade de polarização da região.

Continua Boullón (2002) afirmando que o planejamento físico tem a finalidade de ordenar as ações do homem sobre o território, ocupando-se em resolver harmonicamente a construção de todo tipo de coisas, bem como antecipar o efeito da exploração dos recursos naturais. É uma tentativa de dar resposta aos problemas causados pelo uso anárquico do solo, a partir da expansão da população em termos quantitativos, que trouxe como consequência a disputa pelo espaço em exploração e o avanço para outros incultos.

Para o turismo, interessa o planejamento do espaço terrestre. O espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos, que são a matéria-prima do turismo. Os planejadores, quando trabalham na determinação do espaço turístico, delimitam num mapa uma superfície de dimensões planas que lhes interessa. Uma característica física dos atrativos é que, mesmo muito próximos, dificilmente se tocam, e a outra é que, mesmo nos países com densidade de atrativos, existem grandes áreas que carecem deles, acentuando-se sua descontinuidade.

Visto que o espaço turístico é entrecortado, não se pode recorrer a técnicas de regionalização para proceder a sua delimitação porque, de acordo com elas, seria preciso abranger toda a superfície do país ou da região em estudo, e caso isso fosse feito, grandes superfícies que não são turísticas figurariam como turísticas, cometendo-se um erro. Isso significa que regiões turísticas não existem. É precisamente para substituir a idéia de região turística que desenvolvemos a idéia de espaço turístico (BOULLÓN, 2002).

A melhor forma de determinar um espaço turístico, segundo o autor é recorrer ao método empírico, observando-se as distribuições territoriais dos atrativos e dos empreendimentos, detectando-se os agrupamentos e as concentrações visualmente. Dessa maneira, é possível, por intermédio de procedimentos sistemáticos e de metodologias

específicas, encontrar os componentes do espaço turístico, conforme descritos a seguir, de forma descendente em relação ao tamanho de superfície desse espaço.

O primeiro componente em que se pode caracterizar um espaço turístico é a zona turística, que se caracteriza como a maior unidade de análise e estruturação do universo espacial turístico de um país, possuindo superfície variável, pois depende da extensão territorial de cada Nação e da forma de distribuição dos seus atrativos turísticos, cuja dimensão mínima é pouco superior à máxima alcançada por um complexo turístico. Para existir, deve contar com um número mínimo de dez atrativos turísticos próximos, sem importar a categoria a que pertencem. Alocando-se num mapa a localização exata de todos os atrativos, determina-se visualmente a proximidade deles, utilizando-se a lei da contigüidade. Além dos atrativos turísticos, para funcionar adequadamente, uma zona deve contar, em seu território, com equipamentos, serviços turísticos e dois ou mais centros turísticos, e estar provida de um sistema de transporte e comunicação que relacione entre si os dois elementos principais e integrem-na com outras zonas e elementos do espaço turístico. Caso careça parcial ou totalmente desses últimos requisitos, deve ser qualificada como zona potencial (BOULLÓN, 2002).

Observando-se a alocação dos atrativos e das infra-estruturas turísticas existentes nos municípios que compõem o arranjo produtivo objeto de análise, pode-se inferir que se trata de uma zona turística, pois, em termos quantitativo, possui um número superior a dez atrativos (noventa e seis conforme inventários turísticos), contando com certa infra-estrutura de alimentação e hospedagem (cento e quarenta e seis conforme inventários turísticos), além de existirem acessos em boas condições (asfaltados) entre a maioria dos atrativos. Quanto à existência de centros turísticos, existem vários, conforme será mais bem detalhado adiante neste trabalho.

Após delimitar uma zona turística, passa-se para um segundo momento que se destina a verificar a possibilidade de dividi-la em unidades ou área menores. Uma área turística corresponde à parte em que se pode dividir uma zona, portanto com superfície menor, e, para tal, deve estar dotada de atrativos turísticos contíguos, em número também menor que a zona e necessita, da mesma forma, de infra-estrutura de transporte e comunicação que relacionem entre si todos os elementos turísticos que a integram. Para funcionar como subsistema, requer a presença mínima de um centro turístico. Se sua infra-estrutura, seus equipamentos e serviços forem insuficientes, deve ser classificada como potencial. Para avaliar se é possível dividir uma zona em áreas, é necessário visualmente observar os pontos de estrangulamento que possam marcar uma separação natural (BOULLÓN, 2002).

Observando-se a aglomeração dos atrativos e da infra-estrutura turística, pode-se dividir a zona turística em duas áreas: a área 1 (A1), que abrange os municípios localizados entre Piratuba e Luzerna; a área 2 (A2), os municípios que envolvem os locais entre Treze Tílias e Fraiburgo. Optou-se por considerar o ponto de estrangulamento entre os municípios de Luzerna e Ibicaré, para atender à necessidade de se ter pelo menos um centro turístico em cada área. Embora possam ser identificados mais de um centro turístico em cada uma das referidas áreas, considerou-se, para a sua definição, que cada área contasse com os atrativos suficientes, mas que tivesse pelo menos um município contando com fluxo regular de turistas. Nesse sentido, a área A1 conta com o município de Piratuba e a área A2 com o município de Treze Tílias. Quanto à existência de atrativos e infra-estrutura turística, verificaram-se, nos inventários turísticos que existem em cada uma delas um número suficiente. Área A1 com vinte e seis atrativos e sessenta e dois estabelecimentos de alimentação e hospedagem em sua área de abrangência e a área A2 contém setenta atrativos turísticos e oitenta e quatro empreendimentos de alimentação e hospedagem. Observa-se que, quanto ao número de equipamentos de infra-estrutura turística (hospedagem e alimentação), as duas áreas possuem um número bastante semelhante, porém, em termos de atrativos, a área A2 possui um número bastante superior. Isso se deve, como será demonstrado mais adiante, à existência nessa área, de pelo menos dois centros turísticos de excursão.

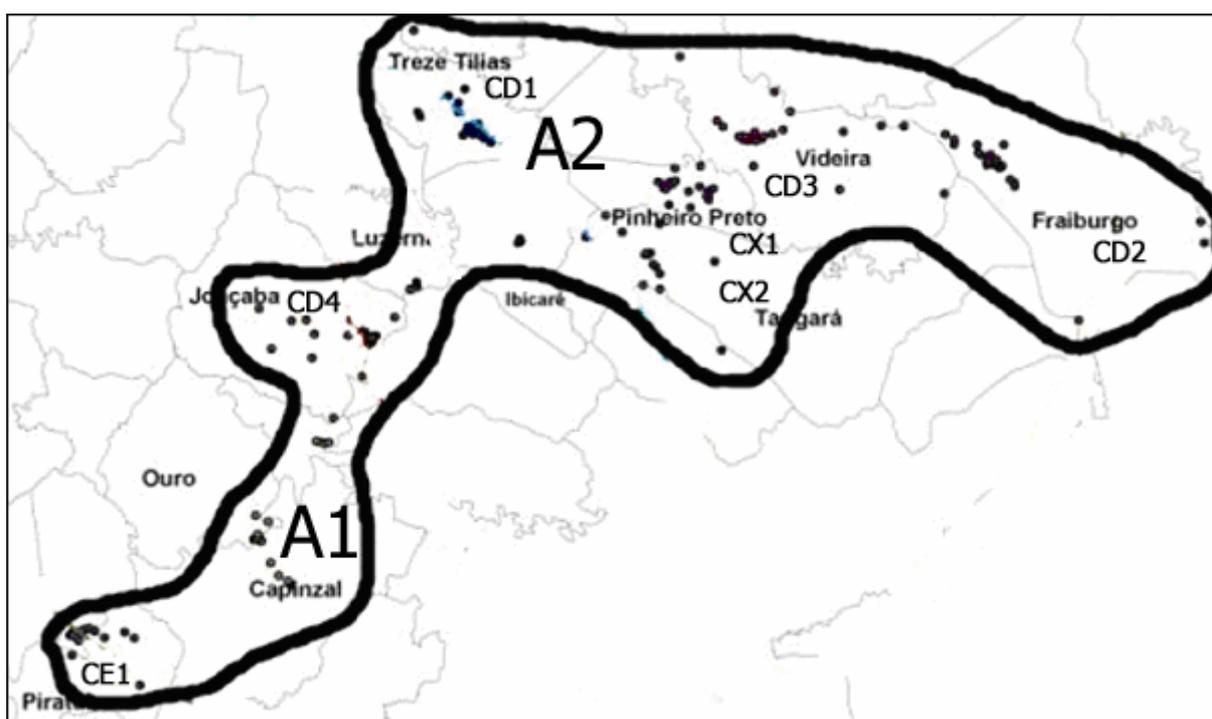


Figura 1: Caracterização do espaço abrangido pelo Arranjo Produtivo Local Rota da Amizade  
Fonte: adaptado pelos autores de Rota da Amizade, 2005.

Feita a análise de um determinado espaço turístico, pode-se dividi-lo em áreas e definidas as suas limitações; parte-se para a verificação de um terceiro nível de divisão, que são os centros turísticos. Centro turístico refere-se a todo conglomerado urbano que, em seu próprio território ou área de influência, possui atrativo turístico de tipo e hierarquia suficientes para motivar uma viagem. Para permitir viagens de ida e volta no mesmo dia, o raio de influência é calculado em duas horas de distância-tempo, o que corresponde ao caminho que pode ser percorrido por um ônibus de turismo. Portanto, esse raio é variável, depende das condições das estradas e da topografia, devendo ser utilizado como critério, não como medida exata. Dependendo das condições de deslocamento, a influência do centro turístico pode ser delimitada por, no mínimo, um raio de sessenta e no máximo cento e vinte quilômetros. Em condições excepcionais de tráfego e atratividade turística, considerando-se o deslocamento por automóvel, pode chegar a duzentos quilômetros.

É condição para ser considerado centro que seu empreendimento turístico conte com: hospedagem; alimentação; entretenimento; agências de viagem de ação local; informações turísticas sobre atrativos e instalações locais; comércio turístico; posto telefônico; correios; telégrafos; sistema de transporte interno organizado, conectando o centro aos diversos atrativos existentes em sua área de influência e conexão com os sistemas de transporte externo, em âmbito nacional, internacional, regional ou local, de acordo com a hierarquia do centro.

De acordo com a função que desempenham como locais receptivos, os centros turísticos podem ser classificados em quatro tipos. Os centros turísticos de distribuição são os que servem de base ao turista que visita os atrativos incluídos em seu raio de influência e retornam para dormir. Nesse caso, a totalidade dos meios de hospedagem se localiza na cidade, mas parte dos estabelecimentos de alimentação, comércio turístico, serviço de guias, bem como instalações específicas como trilhas, mirantes, serviços sanitários, estão situados nos respectivos atrativos turísticos. Os centros turísticos de estada, mais comuns que os de distribuição, são os locais em que o turismo passou a se desenvolver por meio da exploração de um único atrativo como, exemplo, as estações de esqui. O que diferencia um centro de estada de um de distribuição turística é o tempo de permanência do turista no local. Nos centros de distribuição, os turistas permanecem de um a três dias, porque sua finalidade é conhecer o maior número possível de atrativos gerenciados a partir daqueles centros. Já, no centro de estada, o turista volta todos os dias ao mesmo atrativo para praticar seu esporte ou suas atividades turísticas preferidas. Por esse motivo, os centros de estada precisam de equipamentos de entretenimento mais diversificados, para oferecer alternativas diferentes

durante o período de permanência, principalmente, durante as tardes e noites (BOULLÓN, 2002).

A partir do exposto até aqui, constatou-se que, para funcionar como centros de distribuição ou de estada, há necessidade de haver conformações urbanas e que possuam concentrações de meios de hospedagem. Nesse sentido, observando-se os inventários turísticos, identificou-se a existência desses tipos de equipamentos nos municípios de Fraiburgo (seis), Videira (quatro), Treze Tílias (doze), Joaçaba (sete) e Piratuba (quinze). É necessário, entretanto, ressaltar que está se considerando somente os equipamentos hoteleiros, não considerando casas para locação que, no caso de Treze Tílias, são cinco e, em Piratuba, conforme estimativa da sua Secretaria de Turismo, correspondem a um total aproximado de mil e trezentos, o que significa quase um terço dos leitos oferecidos pelos hotéis de todos os municípios inseridos no arranjo produtivo, os quais são quatro mil e cinquenta leitos. Feitas essas considerações, podem-se identificar quatro centros de distribuição: o centro de distribuição localizado em Treze Tílias (CD1), o localizado em Fraiburgo (CD2), o localizado em Videira (CD3) e o Centro de distribuição localizado em Joaçaba (CD4).

Observou-se nos dados contidos nos inventários, que o município de Treze Tílias, indubitavelmente, é o que apresenta a maior concentração de meios de hospedagem, seguido de Joaçaba, Fraiburgo e Videira. Verifica-se que a área turística A2 possui três centros de distribuição e a área A1 apenas um. Isso se deve aos atrativos principais existentes em sua área de abrangência constituírem-se em históricos, culturais e ambientais. A área A1 possui um centro de estada, centralizado no município de Piratuba (CE1), que foi construído a partir dos anos 1970 (ROGGE, 1999), com a exploração das águas termais, e seu fluxo principal depende do interesse do turista em banhar-se nas águas, retornando todos os dias ao mesmo atrativo. Pode-se, com isso, inferir que é similar ao comportamento do turista que se desloca para atrativos esportivos e de montanhas. Verifica-se, no que diz respeito a oportunidades de entretenimento, que o município de Piratuba apresenta limitações (somente três), o que, provavelmente, é superado por eventos; o município, conforme seu inventário, possui o maior número de eventos (dezesseis).

Os outros dois tipos de centros turísticos são os de escala e de excursão. Os centros turísticos de escala cumprem um papel importante, porém são menos comuns que os anteriores. Os centros de escala coincidem com as conexões das redes de transporte e com as etapas intermediárias dos percursos de longa distância entre um local emissor e outro receptor, do próprio país ou do exterior. Dificilmente, a estada em um centro de escala se prolonga mais de uma noite, especialmente, nos localizados em estradas. É comum, nesses

locais, haver infra-estrutura para alimentação, abastecer o automóvel, fazer algum conserto rápido, sem chegar a pernoitar. O último tipo corresponde aos centros turísticos de excursão, que são os que recebem, por menos de vinte e quatro horas, turistas procedentes de outros centros. Ressalta o autor que os atrativos turísticos ocupam lugar de extrema importância, podendo-se afirmar que são a razão de ser dos centros, todavia só se constituem condição imprescindível para os centros de estada, distribuição e excursão (BOULLÓN, 2002).

Pela análise feita, não se identificou na região nenhum município que apresente a condição de centro de escala. Dos municípios que compõem o arranjo produtivo objeto de análise, os municípios de Pinheiro Preto e Tangará podem assumir a tipologia espacial, de centros de excursão, pois, conforme verificado em seus inventários, possuem dezoito e nove atrativos respectivamente, além de um bom número de grupos atuando com manifestações culturais. Os dois municípios não possuem infra-estrutura de hospedagem e, atualmente, já atendem visitantes que se hospedam nos municípios de Fraiburgo, Treze Tílias e Piratuba, além de público regional, constituindo-se em centros de excursão em potencial.

Analisando-se de forma global e considerando-se as distâncias entre os municípios, que distam menos de 60 km entre eles e em torno de 120 km de uma ponta a outra da zona turística, ou seja, entre Piratuba e Fraiburgo, pode-se inferir ainda que mesmo sendo um centro de distribuição cada um dos municípios podem servir também como centros de excursão uns dos outros, o que possibilita a oferta de maiores opções de entretenimento ao turista.

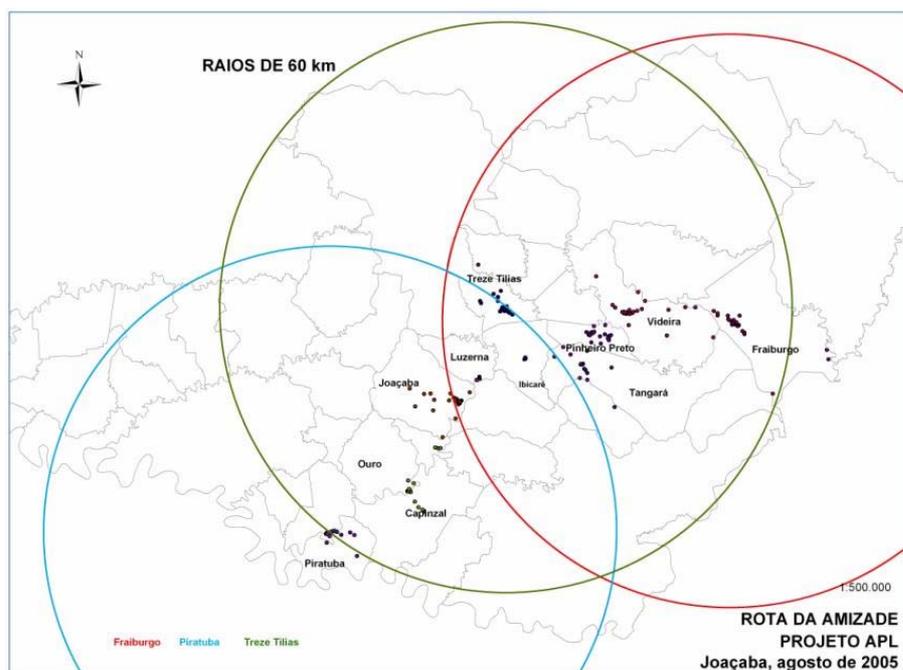


Figura 2 – Área de Abrangência dos Centros Turísticos  
Fonte: Rota da Amizade, 2005.

Nesse sentido, a própria iniciativa dos empresários que originou a Rota da Amizade pode ser um indício do seu potencial. Um outro fator que se evidencia a partir da observação da Figura 2 (que considera uma distância de 60 km do seu centro) é a interferência das áreas de abrangência de cada um dos centros turísticos, devendo ser cuidadosamente analisados na construção dos roteiros pois, conforme verificado nos inventários turísticos, os atrativos de todos eles (exceto, talvez, Piratuba) se constituem dos mesmos tipos (natureza, história e cultura), podendo, como alerta Boullón (2002), caso não sejam planejados de forma que um centro possa complementar o outro, constituir-se em concorrentes uns dos outros, dividindo a demanda.

Existem outros elementos em que se pode classificar um espaço turístico, no entanto, como não se enquadram no estudo aqui realizado, foram desconsiderados. Restando somente a análise dos denominados corredores turísticos, que são as vias de conexão entre as zonas, as áreas, os complexos, os centros, os conjuntos, os atrativos turísticos, os locais de origem e os destinos, que funcionam como elementos estruturadores do sistema turístico. De acordo com sua função, podem ser corredor turístico de traslado ou de estada. O primeiro constitui-se da rede de estradas de um país ou região por meio das quais se deslocam os fluxos turísticos. Quando é viável, em função da oferta de opções, devem-se selecionar as estradas que passam pelas melhores paisagens, não importando que o caminho a ser percorrido seja mais longo, porque se supõe que o tempo é compensado pela beleza paisagística. Como nos centros e complexos, também os corredores turísticos estendem sua influência para além de sua própria superfície.

Como é longitudinal, o cálculo do seu raio de ação realiza-se a partir de dois parâmetros: cálculo da faixa de proteção visual, que, dependendo da topografia e do tipo de paisagem que se atravessam, adquirem três dimensões: de cinco a dez metros, de cinquenta a cem metros e até quinhentos metros. A faixa de cinco a dez metros é determinada pelas condições morfológicas; quando os caminhos passam entre paredes rochosas, devem ser proibidos quaisquer tipos de escritas ou fixação de cartazes que afetem o seu aspecto natural. A faixa de cinquenta a cem metros se aplica a locais de paragens arborizadas, exploradas comercialmente. Deve-se manter a aparência da paisagem original em toda a extensão dos corredores turísticos que por ele passam. Quando a vegetação é mata tropical ou subtropical, os cinquenta metros são suficientes; caso sejam bosques de pinheiros, tal faixa deve ser ampliada para cem metros, de forma que impeça a linha visual de ultrapassá-la. Se a paisagem é plana e sem árvores, deve-se estender a faixa para quinhentos metros. Esse ambiente torna o alcance do campo visual até o horizonte, sendo impraticável a criação de barreiras visuais.

Nesses casos, os artefatos devem ser construídos de forma que preservem o equilíbrio estético da paisagem. Deve-se, inclusive, proibir certos tipos de construções, colocação de placas, cemitério de automóveis ou outras ocupações do solo que prejudiquem a paisagem, a não ser que sejam cercados por barreiras. Para melhor aproveitar os corredores de traslado, deve-se analisar a sua extensão e identificar atrativos possíveis de despertar o interesse do turista. Os atrativos devem estar localizados até 14 km da estrada, o equivalente a dez minutos de distância/tempo, se o terreno for plano, o caminho reto ou pavimentado, e não mais que dois quilômetros, caso seja montanhoso e de terra. Parte importante do equipamento turístico deve estar nos corredores de traslado, como os postos de gasolina, hotéis, banheiros limpos, entre outros. Os corredores turísticos de estada desempenham uma função combinada de centro com corredor turístico. São superfícies alongadas, em geral paralelas às costas de mares, rios ou lagos, com largura não superior a cinco quilômetros. O que distingue um corredor de estada de um de traslado é, em primeiro lugar, a forma de disposição dos atrativos; em segundo lugar, a forma do assentamento do empreendimento e, por fim, sua função que é decorrente dos dois anteriores (BOULLÓN, 2002).

E também neste caso, o atrativo determina a estrutura física do corredor de estada. Em vez de situar-se em um ponto equidistante de um conjunto de atrativos (como se explicou ao descrever as características dos centros turísticos de distribuição) ou de concentrar o equipamento em uma única praia ou um bosque (como ocorre com os centros turísticos de estada), a localização do empreendimento turístico nos corredores de estada pode adotar três formas diversas, a saber: Cidade linear, distribuição linear de hospedagem e concentrações escalonadas (BOULLÓN, 2002, p. 102).

Analisando-se a configuração do arranjo produtivo, verifica-se que existe a possibilidade de deslocamento entre os atrativos, porém ainda não está muito estruturada a fim de oferecer opções de escolha quanto aos melhores caminhos, visto que nem todos estão com a infra-estrutura básica adequada (asfalto, condições de tráfego de ônibus de turismo). Também não existe interferência do setor na adequação das áreas adjacentes quanto à estética no sentido anteriormente exposto; ainda são visíveis e sentidos, por meio do olfato, a existência de construções que desfiguram a paisagem, como pocilgas, galinheiros, que necessitam da atenção para melhoria da imagem da região.

Também, observando-se o mapa, verificou-se que existem municípios não-pertencentes ao projeto, entretanto de passagem obrigatória nos deslocamentos entre os centros turísticos e as áreas aqui identificadas, quais sejam: Ibicaré, Luzerna, Lacerdópolis, Ouro e Capinzal. Mesmo não fazendo parte do projeto, observou-se pela alocação dos pontos

no mapa que esses municípios possuem, ao longo da rodovia, locais de interesse, os quais não estão fazendo parte do projeto, pelo menos até o momento em que se realizou a pesquisa. Em princípio, pôde-se verificar que na região não existe nenhum local com característica para se constituir em corredor de estrada, somente corredor de traslado.

O conhecimento desses elementos é importante quando se pretende planejar o espaço turístico. Após isso, é preciso verificar os outros elementos integrantes do sistema turístico, a fim de identificar a demanda, a interdependência entre os diversos espaços, a preparação do produto, enfim, fazer a integração de todos os elementos que compõem o sistema turístico para se obter melhores resultados.

### **3 Considerações Finais**

Antes das referências às conclusões obtidas com o trabalho, é conveniente reconhecer os seus limites, pois se trata de uma primeira tentativa de analisar a região por um critério pouco utilizado no Brasil; que por serem mais fáceis, utilizam as divisões político-administrativas existentes. No passado, a análise espacial do turismo possuía limitações em função da necessidade de se alocar manualmente a localização dos atrativos, e isso dificultava sobremaneira o trabalho, entretanto, atualmente, com a tecnologia disponível, pode-se utilizar meios que facilitam amplamente esse tipo de análise, como ficou aqui demonstrado.

A análise dos dados foi essencialmente da localização dos atrativos e equipamentos, não sendo considerada a hierarquia dos mesmos, muito menos as diferenças de capacidade de atração de visitantes de cada um dos centros. Um outro fator que limita o estudo, refere-se a como é vista a questão da territorialidade, pois provavelmente, ocorrem conflitos quando os planejadores pretendem atuar sobre os corredores turísticos, implicando em interesses de grupos distintos, muitas vezes, não ligados diretamente à exploração do turismo. Esses limites porém não invalidam o trabalho até aqui apresentado, constituindo-se em oportunidades para aprofundamento em futuros trabalhos.

Entende-se que o objetivo central foi atingido, pois foi possível caracterizar a região como uma zona turística que se divide em duas áreas. Também se verificou, conforme os critérios adotados, que a região possui quatro centros de distribuição e um de estrada, além de dois centros de excursão. Ainda, ficou evidente, a necessidade de se tratar com mais atenção o relacionamento dos municípios que fazem parte do projeto com os adjacentes, especialmente, Ibicaré, Luzerna, Lacerdópolis, Ouro e Capinzal, pois são passagens obrigatórias para os turistas que se deslocam entre os diversos centros. Não se trata de envolver somente os

municípios enquanto instituições, mas também, e principalmente, os empreendedores e atrativos existentes nas áreas de abrangência dos corredores turísticos.

O estudo aqui apresentado pode subsidiar tanto os planejadores como os professores, principalmente, por considerar a necessidade de adotar critérios mais adequados na delimitação de áreas para intervenção através da inserção do turismo como atividade econômica. Não foi pretensão aqui esgotar o assunto, todavia, contribuir com idéias que possam intensificar o debate e melhorar o nível de conhecimento sobre o turismo e sua contribuição para o desenvolvimento regional. Em futuros trabalhos, deve-se debruçar sobre as questões de territorialidade, hierarquização dos atrativos, enfim, outros temas importantes para o entendimento do turismo como fator de desenvolvimento.

#### **4 Referências**

ALEXANDRE NETO, P. *A integração espacial, economias de rede e inovação*. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

BOULLÓN, R. C. *Planejamento do espaço turístico*. Bauru: Edusc, 2002.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Programa de regionalização do turismo – Roteiros do Brasil*. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2004.

CAVACO, C. Turismo rural e desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. *Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec, 1999.

GOLDRATT, E. M.; COX, J. *A meta um processo de aprimoramento contínuo*. São Paulo: Educator, 1994.

PETROCCHI, M. *Gestão de pólos turísticos*. São Paulo: Futura, 2001.

ROGGE, C. V. *Estudo sobre motivação e características da clientela das águas termais de Piratuba – SC, 1999. Monografia* (Programa Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Oeste de Santa Catarina. Joaçaba, 1999.

ROTA DA AMIZADE. *Análise de cenários para planejamento turístico*. (Documento) Joaçaba: Sebrae, 2005.

SOUZA, M. J. L. de. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I. E. et al (Org) *Geografia: conceitos e termos*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.