



Turismo e desenvolvimento regional: potencial e repercussões na região das Missões-RS

Luciana Scherer¹
Sérgio Luís Allebrandt²

Recebido em: 01-11-2022

Aceito em: 25-02-2023

Resumo

O presente trabalho é uma investigação sobre as relações entre o turismo e o desenvolvimento na Região das Missões, pautando o turismo como um fenômeno socioeconômico nucleador de uma série de atividades conexas que possui capacidade para expansão da renda, emprego e qualidade de vida nas regiões onde ocorre. O referencial de análise parte de duas abordagens teóricas: o turismo e o desenvolvimento regional. São investigados os fenômenos e as percepções de distintos atores da cadeia produtiva do turismo, suas visões, com suas experiências e com suas contribuições para a construção de conhecimentos sobre as possibilidades e repercussões da relação entre o turismo e o desenvolvimento no território missioneiro. Os resultados apontam para uma situação de altos e baixos do turismo, com uma descontinuidade nas políticas públicas, uma certa desunião dos atores, dificuldades de entendimentos sobre questões da oferta turística, confusão entre o que é produto turístico e o que é representação político-geográfica regional, sem deixar de considerar possibilidades e dificuldades de uma atuação transfronteiriça (Rio Grande do Sul, Argentina e Paraguai). Por outro lado, percebem-se possibilidades de uma atuação complementar ao agronegócio para a geração de empregos e renda no território.

Palavras-chaves: Turismo. Desenvolvimento Regional. Região das Missões – RS.

Tourism and regional development: potential and repercussions in the region of Missões-RS

Abstract

This study is an investigation on the relationship between tourism and development in the Missões Region, guiding tourism as a socioeconomic phenomenon that nucleates a series of related activities that has the capacity to expand income, employment and quality of life in the regions where occurs. The analysis framework is based on two theoretical approaches: tourism and regional development. The phenomena and perceptions of different actors in the tourism production chain, their views, their experiences and their contributions to the construction of knowledge about the possibilities and repercussions of the relationship between tourism and development in the Missions territory are investigated. The results point to a situation of ups and downs in tourism, with a discontinuity in public policies, a certain disunity of actors, difficulties in understanding tourism supply issues, confusion between what is a tourist product and what is political-geographical representation. regional, while considering possibilities and difficulties of a cross-border action (Rio Grande do Sul, Argentina and Paraguay). On the other hand, there are possibilities for complementary action to agribusiness to generate jobs and income in the territory.

Keywords: Tourism. Regional development. Missions Region–RS.

Turismo y desarrollo regional: potencialidades y repercusiones en la región de las Missões-RS

Resumen

El presente trabajo es una investigación sobre la relación entre turismo y desarrollo en la Región de Missões, orientando el turismo como un fenómeno socioeconómico que nuclea una serie de actividades conexas que tiene la capacidad de ampliar la renta, el empleo y la calidad de vida en las regiones donde ocurre. El marco de análisis se basa en dos enfoques teóricos: turismo y desarrollo regional. Se investigan los fenómenos y percepciones de diferentes actores de la cadena productiva del turismo, sus miradas, sus experiencias y sus aportes a la construcción

¹ Doutorado e Pós-Doutorado em Desenvolvimento Regional (UNIJUÍ). E-mail: lucianascherer@yahoo.com.br

² Doutorado em Desenvolvimento Regional (UNISC). Professor do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da UNIJUÍ. E-mail: lucianascherer@yahoo.com.br

de conocimiento sobre las posibilidades y repercusiones de la relación entre turismo y desarrollo en el territorio de las Misiones. Los resultados apuntan a una situación de altibajos en el turismo, con una discontinuidad en las políticas públicas, cierta desunión de actores, dificultades para entender los temas de la oferta turística, confusión entre lo que es producto turístico y lo que es representación político-geográfica regional, considerando posibilidades y dificultades de una acción transfronteriza (Rio Grande do Sul, Argentina y Paraguay). Por otro lado, existen posibilidades de acción complementaria al agronegocio para generar empleos e ingresos en el territorio.

Palabras clave: Turismo. Desarrollo regional. Región de las Misiones – RS.

1 Introdução

Esse estudo pauta-se em uma busca sobre diferentes olhares sobre o turismo e o desenvolvimento no território missioneiro, destaque no Rio Grande do Sul por abrigar o único Patrimônio Mundial reconhecido pela Unesco em solo gaúcho – o Sítio Arqueológico de São Miguel.

A atividade turística pode ser considerada uma força socioeconômica de grandes proporções, não só em países periféricos, mas em nível mundial. A rapidez do avanço tecnológico, a evolução dos transportes e o progresso das comunicações possibilitaram a redução das distâncias e “dos mundos”, permitindo que mais pessoas se deslocassem, gerando renda, intercâmbio cultural e aprendizado social.

À medida que surgem e se popularizam novos destinos turísticos, esses se transformam em oportunidade de investimentos cada vez mais atraentes para redes multinacionais de hotéis e parques de diversões, para os coordenadores de eventos especiais e os demais empreendedores interessados nessa lucrativa atividade.

Muitos dos benefícios atribuídos ao turismo, como sua participação na geração de divisas, no equilíbrio das contas externas, na transferência de renda entre regiões, na criação de empregos para as populações residentes, na atração de investimentos em infraestruturas, na preservação do meio ambiente, na valorização das identidades locais e especificidades culturais, explicam a crescente relevância que lhe vem sendo dada atualmente na esfera das políticas voltadas ao desenvolvimento econômico e social em vários países.

O locus de análise é a Região das Missões, situada no noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, e para definição do território utiliza-se os 26 municípios integrantes da Associação de Municípios das Missões. O objetivo é buscar compreender as percepções dos atores envolvidos no contexto do turismo na Região das Missões: empreendedores, gestores públicos e representantes da instância de governança regional. A técnica de coleta de dados foi a entrevista narrativa.

Esse estudo está estruturado em 3 partes principais, além dessa introdução, das conclusões e das referências. A primeira parte traz o referencial teórico, e as abordagens baseiam-se em duas áreas principais: turismo e desenvolvimento. A segunda apresenta os percursos metodológicos com as etapas de coleta de dados, decisões sobre a mostra e análise de dados. E a terceira parte apresenta produtos obtidos na coleta de dados, com os resultados e discussões sobre o tema em análise: o turismo como possibilidade de desenvolvimento no território missioneiro.

2 Turismo e Desenvolvimento Regional

O termo desenvolvimento é carregado de uma complexidade intrínseca e abordar um real sentido desse conceito é um grande desafio, que ocupa em diversos idiomas, um caso ímpar de uso indiscriminado (SIEDENBERG, 2012), capaz de comunicar e fazer-se compreender em diversos contextos, devido a seu apelo (CAIDEN & CARAVANTES, 1988) com potencial na mídia, discursos políticos, apresentações de políticas públicas, textos acadêmicos, relatórios de pesquisa e, até mesmo, conversas informais. Percebe-se com facilidade que o termo desenvolvimento é tido como onibenéfico (GOMEZ, 2002) usado como um pilar de argumentação e dificilmente alguém se posiciona contra ele ou como se fosse algo indesejado, inesperado ou dispensável. É como uma espécie de “tamanho único”, algo que todos veneram, independente de posição, setor, vertente ou entendimento. Dos mais renomados estudiosos às figuras menos letradas e estudadas, pode-se encontrar em suas concepções algum posicionamento sobre desenvolvimento – sempre algo positivo, muito corriqueiro em nossos dias, quase um *hype*³, mas sem devida clareza sobre as significações.

A multidisciplinaridade de olhares torna o desenvolvimento objeto de estudo de inúmeras disciplinas e profissionais e diversas áreas, e este continua sendo, ao longo dos anos, um conceito ambíguo, difuso, ou seja, um conceito cujos contornos não estão nitidamente definidos (SIEDENBERG, 2012).

A expressão do desenvolvimento utilizada nesse estudo é aquela que indica a conquista do progresso econômico e social através da transformação de situações de vida das pessoas. Embora haja uma grande dificuldade de se definir tal termo precisamente, já que, como exposto

³ *Hype* é um termo utilizado nos ambientes de marketing e propaganda como uma estratégia para enfatizar algo. Significa a promoção extrema de algo: uma pessoa, um produto, uma ideia, um lugar. Pode ser entendido também como “aquilo que está dando o que falar”, que é sucesso.

acima, é utilizado em diversos contextos, sob distintos olhares e objetivos. Quando se aborda desenvolvimento e turismo é importante salientar que a preocupação é encontrar, a partir de uma atividade (o turismo) uma mudança de condições de um lugar.

Estudiosos que têm se dedicado à análise da relação entre turismo e desenvolvimento (ABLAS, 1991; PEARCE, 1991; SIMÕES, 1993; BARRETO, 1995; CAZES, 2001; SILVEIRA, 2005; AUCILINO, 2010; MALTA, 2011; CAVALCANTE, 2018) apontam, dentre outras questões, que a atividade turística não deve ser vista como um fim em si, mas como uma das alavancas que podem impulsionar o desenvolvimento.

Partindo-se do pressuposto de que o turismo é uma atividade que possibilita benefícios e impactos positivos e que seu efeito multiplicador é significativo nas economias e nos aspectos político-socioculturais em uma região, destaca-se o cenário de se colocar essa atividade como uma possível fonte de desenvolvimento regional. Isso porque o efeito multiplicador da atividade turística é uma consequência positiva para o desenvolvimento local e/ou regional, já que não é apenas o núcleo receptor que se beneficia (SILVA, 2004; BARBOSA, 2005). É possível que outros destinos, cidades ou regiões beneficiem-se do turismo mesmo que não sejam o lócus de presença específica do turista. Isso pode acontecer se o lugar que não tenha a presença física do turista seja fornecedor de bens que são consumidos pelo turista no local visitado.

Ao pensar na relação entre o turismo e o desenvolvimento regional, a primeira questão que pode ser destacada é a complexidade que ambos os conceitos apresentam. O turismo é caracterizado por sua multiplicidade de olhares, entendimentos e definições. Da mesma forma, para entender-se o desenvolvimento é necessário utilizar uma perspectiva multidisciplinar e sistêmica, sem deixar de considerar aspectos culturais, sociais, naturais, econômicos e espaciais. Para Brandão (2010), essa multiplicidade de olhares é necessária para que se tente entender a complexidade dos fenômenos que circulam as estratégias de desenvolvimento regional.

Na visão de Dallabrida (2017), o processo de desenvolvimento regional compreende o crescente esforço das sociedades locais na formulação de políticas territoriais com o intuito de discutir questões centrais da complexidade contemporânea, o que torna a região o sujeito de seu próprio processo de desenvolvimento.

As formas como as regiões irão pautar suas estratégias de desenvolvimento regional passam por dois modelos: a partir de forças exógenas e endógenas (CAVALCANTE, 2018). O exógeno seria aquele que pauta as estratégias numa lógica de difusão espacial com envio de investimentos para as periferias menos desenvolvidas. Já o endógeno segue uma linha de

estratégia pautada em integração regional, com a mobilização de recursos existentes na própria região.

Seguindo essa concepção do desenvolvimento, o turismo também pode ser analisado a partir desse enfoque da força externa e interna dependendo da forma como ela é analisado. Pela perspectiva do produto turístico, dos atrativos que compõem a oferta turística⁴, da organização local para a recepção dos turistas⁵ e visitantes⁶ e da atuação dos atores sociais, podemos classificá-lo como modelo de desenvolvimento endógeno (que ocorre na região, com os produtos, serviços e atores atuando dentro da região). Mas, da mesma forma, que a atividade turística não é possível sem produtos turísticos, e sem a oferta de atrativos com capacidade de atrair visitantes e turistas, não teremos a atividade turística sem estes visitantes e turistas que se deslocam de seus locais de moradia para visitar a localidade turística e conhecer seus atrativos. Ou seja, pela perspectiva da demanda turística⁷, o turismo também pode ser considerado uma força exógena.

De acordo com Coriolano (2003) existem dimensões do desenvolvimento pelo turismo que devem ser observadas: a melhora, a ação e o processo. Melhora, ação e processo dizem respeito à necessidade de se entender que existe um processo contínuo que deve ser monitorado por meio da ação de diversos atores envolvidos no turismo para a melhora de uma situação. Posiciona-se, portanto, de forma que desenvolvimento só ocorre, de fato, quando todas as pessoas são beneficiadas, quando atinge a escala humana, quando elas tiverem assegurado uma existência digna, um padrão de vida capaz de garantir a si e a sua família saúde, bem-estar, alimentação, vestuário, habitação, cuidados médicos, segurança, repouso e lazer (CORIOLANO, 2003).

Por fim, turismo pode ser visto como uma opção a mais na busca de desenvolvimento e não como uma panaceia para resolver os problemas econômicos, sociais e culturais de um país ou região (CRUZ, 2002; SILVEIRA, 2002), pois não há notícias de que algum país tenha alcançado status de desenvolvido exclusivamente pelo turismo (SILVEIRA, MEDAGLIA & PAIXÃO, 2014).

⁴Oferta turística é o conjunto de bens e serviços turísticos, atrações, acessos e facilidades colocados no mercado à disposição de visitantes e turistas, em conjunto ou individualmente, visando atender suas necessidades, solicitações ou desejos (OMT, 2015).

⁵ Turista é o visitante que permanece, pelo menos, uma noite num alojamento coletivo ou particular no lugar visitado (OMT, 2015).

⁶ Visitante é o indivíduo que se desloca a um local situado fora do seu ambiente habitual, por um período inferior a 12 meses, cujo motivo principal é outro que não o exercício de uma atividade remunerada no local visitado. Existem duas categorias de visitantes: os excursionistas e os turistas (OMT, 2015).

⁷ Demanda Turística: é a quantidade de bens e serviços turísticos consumidos por empresas e/ou famílias, dado o nível de renda, os preços e as necessidades dos consumidores ou usuários (OMT, 2015).

Assim, a consolidação do desenvolvimento regional pode ser resumida no esforço da estrutura de produção regional que alimenta os mecanismos de crescimento urbano e o acréscimo de poder de produção, consumo, geração e distribuição de renda e riquezas, e é tratado sob distintos olhares de autores que abordam da temática das teorias de desenvolvimento regional. A forma como o turismo é percebido nessa inter-relação com o desenvolvimento será abordado nos itens subsequentes desse estudo.

3 Percorso Metodológico

A presente seção apresenta os principais pressupostos metodológicos que orientaram esse estudo, o qual busca entendimentos sobre o turismo na Região das Missões, focando principalmente na constituição das possibilidades e repercussões na visão de atores relacionados com esse contexto regional.

Optou-se pela realização de uma pesquisa exploratória-interpretativa que tentará revelar elementos, fenômenos, posicionamentos, percepções acerca do fenômeno turístico como fonte de desenvolvimento na Região das Missões. O paradigma da Epistemologia Crítica, proposto por Panosso Neto e Nechar (2014) norteou essas escolhas, buscando a perspectiva de avaliação de um caso único interessando-se pelo turismo como possibilidade de transformador a realidade, com uma observação na busca de construir um mundo melhor, para todos.

Nesse estudo, opta-se pela coleta e tratamento dos dados de forma qualitativa e, prestando-se atenção às falas dos sujeitos, aos documentos escritos, bem como a observação dos fenômenos e características acerca do tema em questão.

Para a captação de dados foram realizadas entrevistas narrativas, instrumentalizadas a partir de um roteiro semiestruturado, maleável conforme o fluir da entrevista. Buscaram-se nessas entrevistas, questões quanto às percepções, formulações de políticas e ações mercadológicas, participação de atores no contexto do turismo, sobre bastidores, jogos de poder, intencionalidades, possibilidades e repercussões do turismo no território missioneiro. Quanto as entrevistas narrativas:

As entrevistas narrativas são um instrumento valioso na investigação dos fenômenos. Elas são entrevistas em profundidade, que apresentam um campo aberto ao entrevistado, desprovido de uma estrutura prévia. Seu objetivo principal é aprender a versão particular que sujeitos constroem em relação ao objeto. (JOVECHELOVITCH, 2000 p. 221).

Nesta pesquisa, as entrevistas surgiram como a oportunidade de descobrir indícios e explorar entendimentos acerca do turismo na Região das Missões, e foram realizadas com 35 atores. A forma como selecionam-se os sujeitos caracteriza uma amostra não probabilística por conveniência (HAIR *et al* 2005), ou seja, é aquela cuja escolha partem da decisão do pesquisador (SAMPIERI; COLLADO & LUCIO, 2006), a partir da seleção dos atores considerados significativos no processo de construção do Turismo na Região.

Com esses diversos sujeitos, busca-se dimensionar como entendem a complexa estrutura do turismo, das políticas públicas, das ações de promoção e apoio à comercialização do turismo, do desenvolvimento de produtos, questões sobre a oferta e a demanda, da qualificação de mão de obra, enfim, distintas questões que perpassam o turismo como atividade socioeconômica.

Para o tratamento de dados obtidos nas entrevistas estabeleceu-se o critério de seleção daquelas ideias mais significativas, citadas, pelo menos 10 vezes ao longo do conjunto de entrevistas realizadas com os 35 atores selecionados, para assim poder-se construir o texto final dos resultados desta pesquisa. Para isso utilizou-se o modelo de Miles e Huberman (1994), com a alocação dos resultados encontrados em três momentos distintos: o primeiro baseado na redução de dados (processo que permite a seleção, o foco, a simplificação, a abstração e a transformação dos dados coletados com o objetivo de obter algumas conclusões), o segundo com uso de dispositivos visuais (são construções organizadas e condensadas de informações que ajudam no entendimento do estudo, proporcionando um encadeamento de ideias à medida que os dados vão sendo processados), e por último os desenhos e verificações conclusivos (o que permite a organização de informação em séries diferentes, a criação de uma matriz das ideias, tabulação da frequência de diferentes eventos, dessa forma, as conclusões surgirão da manipulação de dados a partir do momento em que se contrapõem aos dados de entrevistados diferentes).

4. Resultados e Discussões

É importante pontuar que embora o tema desse estudo esteja alinhado com a atividade turística, a Região das Missões tem no agronegócio o principal meio de geração de recursos, e a soja é um mercado com uma expressão econômico-financeira muito significativa, o que para os atores do turismo é uma das dificuldades para argumentar sobre a importância de se investir em ações locais de desenvolvimento do turismo (ENTREVISTA 1; ENTREVISTA 3; ENTREVISTA 5, ENTREVISTA 10, ENTREVISTA 17; ENTREVISTA 33). Estudos já realizados (ALVES, 2007;

NOGUEIRA, 2008) centram-se no argumento de que o turismo é uma alternativa para a agronegócio, que pode surgir como uma nova forma de organização produtiva e empreendedora. Há que se prestar atenção no fato de que a atividade turística pode entrar como complementar, e não necessariamente como protagonista nesse território. A partir dessa atividade complementar surgem novos pequenos negócios com vistas ao atendimento de visitantes e turistas nas atividades características e conexas do turismo.

A Região das Missões é considerada por órgãos que norteiam o setor como de grande potencial turístico, em virtude do patrimônio histórico e cultural que abriga, e é percebida assim “pelo fato de serem Patrimônio Mundial da Humanidade reconhecido pela UNESCO, isso por si só já coloca em uma situação privilegiada no imaginário turístico brasileiro” (ENTREVISTA 24).

Não existem dados estatísticos precisos sobre o número de turistas que visita as missões anualmente. O que hoje, tem-se como estimar é o número de pessoas que visita o Sítio Arqueológico de São Miguel das Missões, considerado o atrativo âncora do território missioneiro, com base na bilheteria do espetáculo de Som e Luz, que ocorre todas as noites no sítio arqueológico. Os agentes públicos de turismo da região divulgam números em torno de 100.000 pessoas/ano, calculados a partir dos números registrados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e pela Secretaria de Turismo, Cultura e Desenvolvimento, órgãos que realizam o controle diário e permanente de ingressos no local (ENTREVISTA 01, ENTREVISTA 03, ENTREVISTA 15; ENTREVISTA 29). Sobre OS turistas, é mencionado de forma muito recorrente, a dificuldade da retenção desses na região: “Eu vejo que grande parte dos turistas virou vem e volta” (ENTREVISTA 01); “O problema do nosso turismo é que ele é maciçamente formado por aquele bate-e-volta” (ENTREVISTA 02)” e “Eu vejo que os empreendedores falam que nosso turista é de um dia (ENTREVISTA 29) ainda se tem mais dessa perspectiva sobre essa situação ser bastante problemática para os empreendimentos do turismo.

Na última vez que estive na Região das Missões, agora em 2019, eu vi folder na recepção do hotel e me senti muito tentada a fazer uma série de coisas que tinha. Eu poderia ficar tranquilamente uns 2 ou 3 dias a mais aqui para fazer tudo que tem nesse folder. Veja, não estou dizendo que porque está no folder é viável. Estou dizendo que eu fiquei tentada a fazer algumas coisas que estavam sendo apresentadas no folder turístico. Mas sabe o que acontece, as coisas não são acessíveis... Não se sabe como chegar, onde é, como fazer. Ou está fechado, ou as pessoas não sabem informar. O atrativo principal ótimo, o espetáculo maravilhoso, tudo lindo. Mas o restante do que poderia compor um pouco mais da oferta turística não parece estar ao alcance do turista... (ENTREVISTA 18)

O nosso grande problema é que precisamos de mais atrativos. Se conseguíssemos fazer com que pelo menos dois ônibus por dia ficassem um dia a mais, o retorno seria enorme:

para meios de hospedagem, para restaurantes.... Mas como fazer isso? Oferecendo alguma programação para que fiquem (ENTREVISTA 27).

Nossos municípios precisam fazer o dever de casa, estruturar os seus atrativos para que possam ser trabalhados como algo complementar ao nosso chamariz que é São Miguel, e eventualmente Santo Ângelo por ser a porta de entrada e o maior município. Todos reclamam que missões não é só São Miguel, mas o que temos de estruturado na região? Tem alguém para receber o turista? Tem alguém que saiba contar a história? (ENTREVISTA 05)

Conforme (ENTREVISTA 27) E (ENTREVISTA 05) acima. Essa problemática da demanda está intimamente relacionada com a falta de produtos turísticos, com a oferta turística que estimulem a permanência do visitante.

A internacionalização do produto missões surge nas entrevistas que visam caracterizar a situação atual, como um novo produto lançado há 2 décadas, mas em agosto de 2019 tem a sua primeira experiência comercial efetivada, o que é mencionado como uma oportunidade de aumento da visibilidade e da possibilidade de negócios:

A internacionalização do produto Caminho das Missões⁸ vai fortalecer o que temos internamente, regionalmente. Temos coisas tão belas e grandiosas no Paraguai e na Argentina, aqui perto e isso nos posiciona de forma diferente, com a possibilidade de oferecermos roteiros rodoviários internacionais, pois assim como vai gente daqui, vem gente de lá (ENTREVISTA 13)

Questões sobre confiança, competição, falta de união e participação apareceram em falas de forma bastante recorrente: “Aqui nós temos um problema sério no espírito de coletividade. As pessoas não conseguem enxergar que todo mundo pode ganhar e sair beneficiado” (ENTREVISTA 01); “Uma coisa que dificulta muito a nossa atuação como região é a falta de cooperação entre os municípios” (ENTREVISTA 05); “As pessoas precisam ser mais unidas, pensar num objetivo comum” (ENTREVISTA 14); “As pessoas não abraçam os projetos, não se unem para ajudar uns aos outros” (ENTREVISTA 15); “Aqui dá a impressão que é cada um por Si” (ENTREVISTA 20).

Nessas falas é possível encontrar os elementos que Robert Putnam trata sobre a correlação positiva entre o desempenho institucional de governos, associações, participações e noções cívicas nas regiões (PUTNAM, 2002), e essa discussão é importante pois o capital social influencia o capita econômico.

Um posicionamento bastante interessante que pode ser importante para se analisar as questões sobre falta de união, que alguns municípios aparecem mais que outros e mesmo sobre os posicionamentos de sentimento de exclusão:

⁸ Caminho das Missões é um produto consolidado pela operadora de mesmo nome: Caminho das Missões. É inspirado no Caminho de Compostela e consiste em percorrer a pé os caminhos dos Jesuítas nas Missões.

A gente **tem que entender que isso é mercado**: quem decide o que entra e o que não entra no roteiro é a própria operadora. Esse processo é diferente de uma adesão a uma associação, ou uma rota institucional. Não adianta o secretário municipal dizer que foi injustiçado que foi excluído do processo. Mercado é assim, se o município quer estar em um roteiro, precisa estruturar seus atrativos primeiro (ENTREVISTA 14)

Percebe-se que é fundamental o entendimento de que o turismo requer estruturação técnica, atuação mercadológica com oferta e demanda coordenadas, e que a atuação disso tudo em um território regional, como é o caso da Região das Missões, difere da atuação de uma instância de governança político administrativa. Tem-se exemplos de municípios que possuem algum atrativo, mas ainda não há maturidade para atuarem no mercado. E essas diferenças fazem parte da composição de uma região.

Para além do entendimento mercadológico, as políticas públicas – ou a falta dessas – no território missioneiro emergiu como uma ideia muito significativa na fala dos atores dessa pesquisa, como: “Sobre políticas públicas, eu não consigo visualizar nada” (ENTREVISTADO 02) e “Nenhuma política pública, Nada, nada, nada, só discurso” (ENTREVISTADO 01). Um posicionamento que marca, de um lado a importância do atrativo âncora do território missioneiro e a falta de políticas públicas para a região ilustra esses argumentos:

Não temos políticas públicas, nada, zero! As missões figuram nas políticas públicas como algo importante pelo fato da importância histórico-cultural. A imagem das Ruínas de São Miguel é um ícone no turismo cultural brasileiro pelo fato de ser um dos patrimônios mundiais da UNESCO. Mas efetivamente, nas políticas federais e estaduais, temos poucos resultados. Aí, nas ações regionais e municipais, esbarra-se na falta de verba (ENTREVISTA 11).

As falas obtidas nas entrevistas revelam muitos elementos importantes sobre a complexidade das possibilidades e repercussões do turismo como fator de desenvolvimento no território missioneiro. A análise desses elementos emerge como conclusões significativas que servem como parâmetros de análises para decisões, ações, estratégias e posturas de municípios envolvidos nesse importante fenômeno para a Região.

5 Considerações finais

Este estudo proporciona a compreensão sobre possibilidades e repercussões do desenvolvimento por meio do turismo no território missioneiro. A elaboração deu-se a partir do paradigma da Epistemologia Crítica nos estudos sobre turismo, o que orienta sobre a necessidade de se buscar entender os casos como únicos, com olhares voltados para a percepção dos atores

envolvidos. A coleta de dados ocorreu a partir de entrevistas narrativas com diversos atores envolvidos no cenário político do território missioneiro, sendo integrantes da iniciativa privada, da gestão pública e de instância de governança regional. Essas entrevistas, agendadas previamente, contribuíram para o conhecimento de cenários que permitiram a construção de algumas conclusões que podem servir como base para algumas reflexões para a qualificação do turismo.

Como principais conclusões, podem ser registradas as seguintes ideias que emergiram de forma recorrente nas falas e posicionamentos dos atores entrevistados

- Embora a Região das Missões seja marcada pelo agronegócio como principal atividade econômica, existe no turismo uma alta expectativa como uma possibilidade complementar de geração de renda e negócios. Na Região da Missões percebe-se negócios portes e natureza diversificados que tem no turismo sua principal atividade ou como atividade complementar: meios de hospedagem, agências de turismo, restaurantes, pequenos alojamentos, artesãos, produtos coloniais, profissionais de marketing, entre outros;

- A Região das Missões possui o único Patrimônio Mundial de todo o Sul do Brasil, as Ruínas de São Miguel, reconhecidas pela UNESCO em 1983. Isso coloca a Região no imaginário turístico e no contexto do turismo cultural brasileiro;

- Pelo fato de estar centrado em um único município, percebe-se que as atenções do turista são voltadas prioritariamente para São Miguel das Missões, fato que causa um certo desconforto com demais municípios que ainda não possuem a sua oferta estruturada;

- Mesmo sem um sistema estatístico oficial de medição desse fluxo turístico na região, os atores afirmam que uma questão-problema é a dificuldade da retenção desse turista, a maioria ou é um excursionista que caracteriza aquele “bate e volta” ou no máximo o turista com apenas um pernoite. Isso significa que o turista não usufrui dos atrativos, roteiros e negócios da região;

- Existe uma certa dificuldade de entendimento do que é mercado turístico e oferta turística. Essa dificuldade de entendimento também é verificada na diferença entre atrativo e produto. Um atrativo é a matéria prima do turismo, mas ele precisa ser qualificado, estruturado para ser considerado produto turístico. Para compor o mercado turístico, precisa ser ofertado e consumido pela demanda turística, ou seja, os turistas precisam reconhecer e poder

- Ainda sobre os atrativos x produtos, há menções claras de que é preciso entender que estar em um folder turístico não garante estar no mercado. Necessita de informações claras

da operação – e essas precisam estar em pleno funcionamento: como o turista pode chegar naquele lugar/atrativo, quem comercializa, quais os canais de comunicação e comercialização, como funciona o atrativo. A comunicação com o mercado deve ser clara e precisa;

- A Internacionalização do turismo por meio da atuação do Caminho das Missões Internacional e das ações de turismo envolvendo o território transfronteiriço da Argentina, Uruguai e Rio Grande do Sul é um potencial importante que confere um caráter de produto internacional;

- Essa atuação Transfronteiriça entre o território do Rio Grande do Sul, Argentina e Paraguai é abordada há alguns anos, e requer compreensão da complexidade envolvida. Porém, sabe-se que um produto internacional abre possibilidades importantes na captação de turistas e de atenções dos órgãos públicos nacionais e internacionais do turismo;

- A falta de capital social é percebida esfera de desconfiança, de falta de cooperação, de clima de desentendimento mencionada por atores entrevistados. Trabalhar a união por meio de eventos e iniciativas que fortaleçam as relações passa a ser uma recomendação importante para a região.

Para as questões apresentadas nesse estudo, sugere-se uma atuação técnica das instâncias de governanças regionais, bem como governos municipais para a captação de recursos e ações estratégicas para o fortalecimento do turismo no território missioneiro. Essa atuação pode partir de uma atuação municipal, importante para que os municípios estruturem seus orçamentos e suas ações voltadas para as realidades locais, entendendo o cenário individual: quais são os atrativos, quais são as possibilidades, o que pode ser realizado e o que o município, por meio das decisões da gestão pública municipal, está disposto a realizar. O apoio da instância de governança regional é fundamental, mas pode-se cobrar a atuação regional voltada para ações municipal. A ação regional tem como missão a atuação no território.

Ações de parceria com universidades para a realização de pesquisas para o conhecimento da realidade, construção de planos de ação e orientação estratégica podem ser destacadas como uma importante ferramenta para a colaboração, cooperação e construção de um clima de confiança e de atuação voltada a ações técnicas.

Ações de Captação de eventos indutores de fluxos turísticos podem ser destacadas como uma estratégia de curto prazo para a criação de um ambiente de fortalecimento dos pequenos negócios locais. Os eventos indutores de fluxo turístico têm como principal característica a atração de pessoas de fora dos limites municipais e regionais, portanto, há claramente uma inserção de recursos exógenos, atendendo a uma lógica de desenvolvimento exógeno (por meio

da recepção do turista) e de desenvolvimento endógeno (por meio do fortalecimento e qualificação dos negócios locais)

Ações contínuas de promoção e qualificação respondem a um médio prazo, que podem ser sustentadas pela estratégia dos eventos indutores. São ações que se retroalimentam na busca do desenvolvimento por meio do turismo, e que fortalecem o território de forma contínua e qualificada.

Referências

ABLAS, L. **Efeitos do turismo no desenvolvimento regional**. Revista Turismo Em Análise, 2(1). 1991

ALVES, C. A. S. **O Caminho das Missões e seus Peregrinos: uma nova modalidade de produto turístico na Região das Missões**. Dissertação (Mestrado) – Mestrado em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007

AULICINO, M.P. **Turismo como Fator de Desenvolvimento Regional**. 4º Congresso para o Planeamento Urbano, Regional, Integrado e Sustentável – PLURIS. Universidade do Algarve, em Faro, PORTUGAL. 8 de Outubro, 2010

BARBOSA, F. F. **O Turismo como um Fator de Desenvolvimento Local e/ ou Regional**. Caminhos de Geografia 10(14)107-114, Fev, 2005

BARRETO, M. **Manual de Iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP. Papyrus, 1995

BOURDIEU, P. **The Social Space and the Genesis of the Groups**. Theory and Society, v.14, n.6, p.723-744, 1985

BRANDÃO, C. **Desenvolvimento nacional, políticas regionais e o poder de decisão segundo Celso Furtado**. Cadernos do Desenvolvimento, v.7, p.101-115, 2010

CAIDEN, G. & CARAVANTES, G. R. **Reconsideração do conceito de desenvolvimento**. Caxias do Sul: EDUCS.,1998.

CAZES, G. **Turismo e subdesenvolvimento: tendências recentes**. In: RODRIGUES, A. B. Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais (org). 3.ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

CAVALCANTE, J. **Modelo de Desenvolvimento Exógeno e Endógeno do Turismo Regional na Amazônia**. Revista Multidisciplinar Pey Këyo Científico, 2018.

COLEMAN, J. **Social Capital in the Creation of Human Capital**. American Journal of Sociology, volume 94 Supplement. pp.95-120, 1998

CORIOLOANO, L. N. **Turismo de inclusão e desenvolvimento local**. Fortaleza: Funece, 2003.

CRUZ, R. C. **Políticas Públicas de Turismo no Brasil: Significado, Importância, Interfaces com outras Políticas Setoriais**. In: SOUZA, M. Políticas Públicas e o Lugar do Turismo. Brasília: UnB, 2002.

DALLABRIDA, V. R. **Teorias do Desenvolvimento: aproximações teóricas que tentam explicar as possibilidades e desafios quanto ao desenvolvimento de lugares, regiões, territórios ou países**. Curitiba: Editora CRV, 2017.

HAIR Jr., J. F. *et al.* **Fundamentos de métodos de pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

GÓMEZ, J. **Políticas públicas de desenvolvimento rural e o projeto de reforma agrária do MST no Noroeste do Paraná: uma contribuição ao entendimento do conflito capital x trabalho, da gestão territorial do Estado e do controle social do capital**, 2002. 230 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Estadual de Maringá, Maringá. 2002

JOVCHELOVITCH, S. **Representações Sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2000.

MALTA, G. A. P. **Turismo e Desenvolvimento: análise de uma complexa relação considerando as abordagens e concepções presentes na literatura do Turismo**. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011

MILES, M. & HUBERMAN, M. **Qualitative Data Analysis**. Thousand Oaks: Sage, 1994.

NOGUEIRA, C. **O Turismo, o Reencontro e a Redescoberta na Região das Missões**. 2007. Tese (Doutorado) – Doutorado em Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

OMT -Organização Mundial do Turismo; Ministério do Turismo. **Glossário do Turismo. 2014**. Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco_academico/glossario>. Acesso em 16 de novembro de 2015.

PANOSSO NETO, A. & NECHAR, M. **Epistemologia do turismo: escolas teóricas e proposta crítica**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. São Paulo, 8(1), pp.120-144, jan./mar, 2014

PEARCE, D. **Tourism Today: A geographical analysis**. New York/London: Longman, 1991.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna**. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

SAMPIERI, R.H; C.F. COLLADO; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de Pesquisa**, Ed. McGraw Hill: São Paulo, 3 ed. 2006

SILVEIRA, C. E; MEDAGLIA, J. & PAIXÃO, D. L. **Política Pública de Turismo no Brasil: evolução estrutural, alteração da lógica partidária e tendências recentes de apoio ao turismo massificado**. In: PIMENTEL, T; EMMENDORFER, M; TOMAZZONNI, E. **Gestão Pública do Turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações**. Caxias do Sul: Educs. 2014

SILVEIRA, M. A. T. **Turismo e estratégias de desenvolvimento local**. INTERAÇÕES - Revista Internacional de Desenvolvimento Local. Vol. 7, N. 11, p. 129-140, Set. 2005

SIEDENBERG, D. R. **Desenvolvimento ambiguidades de um conceito difuso**. DESENVOLVIMENTO EM QUESTÃO ano 2 n. 3 jan./jun, 2004

SILVEIRA, M. A. T. **Turismo e estratégias de desenvolvimento local**. INTERAÇÕES - Revista Internacional de Desenvolvimento Local. Vol. 7, N. 11, p. 129-140, Set. 2005

SIMÕES, J. M. **Um Olhar sobre o Turismo e o desenvolvimento regional**. Inforgeo, n. 6, p. 71-82. 1993

SILVA, J. A. S. **Turismo, Crescimento e Desenvolvimento: Uma Análise Baseada em Cluster**. Tese de Doutorado. São Paulo: ECA/USP, 2004.