

Editorial

Caros colegas: autores, colaboradores e leitores,

A ABET, para coroar o seu segundo ano de existência, convidou relevantes trabalhos de autores latino-americanos e europeus para a realização de uma coletânea. Na verdade, essa proposta, embora inédita para este periódico, se assenta na tentativa (nem sempre exitosa) de democratizar o conhecimento científico do Turismo para além das fronteiras territoriais e tecnológicas, isto é, entendemos ser uma oportunidade de dividir com os leitores trabalhos de significativa relevância quanto à reflexão do turismo, mormente sobre os termos em que se assentam nosso conhecimento sobre a questão.

Isso porque os trabalhos aqui contidos foram apresentados no 5º Congresso Latino Americano de Investigação Turística, realizado em São Paulo, em setembro de 2012. Local aquele propício para pensar o turismo em sua epistemologia, suas premissas, possibilidades e desafios quanto a fazer ciência nessa área. Pois bem! Àqueles que lá não puderam comparecer, a ABET, que contou gentilmente com a colaboração dos autores, publica aqui seis trabalhos que, embora diversificados, nos confrontam com preceitos básicos da área, como os atrativos, a epistemologia do turismo, o planejamento turístico, as políticas públicas, mas, agora, sob uma ótica, senão nova, no mínimo enriquecedora.

O primeiro trabalho que abre o presente número é de autoria de Celeste Nava Jiménez, intitulado *“La triada turística: tres elementos sustentables para la construcción del conocimiento turístico”*, e que, tão logo, desvela uma provocativa indagação: como se produz o conhecimento científico na área de turismo? A partir desse mote, a autora envereda sua discussão para a necessidade da academia não se contentar com a reprodução do conhecimento científico, mas, além de produzi-lo, também se atentar para a sua natureza, seu processo de edificação, bem como suas contradições e dificuldades. A pesquisadora assinala importantes considerações acerca da Epistemologia do Turismo, sobretudo ao propor um novo paradigma científico para se pensar essa área do conhecimento, superando, assim, a vertente sistêmica. Entretanto, diferentemente do que se poderia imaginar, ela caminha no árido campo da filosofia do conhecimento, mantendo o compromisso, bem como a relação do conhecimento científico para com uma mutável sociedade, isto é, reconhecendo a relação (e não o distanciamento) entre ambos os termos,

contemplando elementos da realidade social em seu novo modelo epistemológico.

De maneira pormenorizada, Celeste Nava defende que o conhecimento científico do turismo deva residir no que ela denomina de “tríade turística”, ou seja, a relação entre o estudioso do turismo, sujeito partícipe da sociedade, portanto dedicado a modificá-la, bem como construtor do conhecimento sobre o turismo; o saber turístico, resultado do conhecimento adquirido ao longo da formação, não se restringindo apenas ao turismo e à sociedade turística, coletividade envolvida e afetada pela dinâmica turística em dado território. Por último, chama a atenção que o modelo teórico, marcadamente transdisciplinar proposto pela autora, ao ser compromissado com temas caros ao turismo na contemporaneidade, como a sustentabilidade, parece reacender o ideal da construção do conhecimento no turismo profundamente compromissado com a melhora da qualidade de vida das populações envolvidas.

Já o trabalho “*¿Auténticamente tafinista? Hurgando en el campo para descifrar la construcción de productos turísticos*”, de Samuel B. Morales Gaitán, lança luz sobre a construção simbólica dos produtos turísticos, a partir de um estudo empreendido em Taquí del Valle, na Argentina. O pesquisador, a partir da teoria do ator-rede, de Latour, discute como a existência de produtos turísticos está intimamente ligada à patrimonialização de dadas manifestações culturais, que, ao se tornarem produtos culturais, tornam-se o alicerce para o passo seguinte: a existência dos produtos turísticos.

No entanto, o estudo de Gaitán, fruto de uma ampla pesquisa documental e de um profícuo trabalho de campo, não se furta a evidenciar a complexa trama, bem como os diferentes arranjos ou caminhos possíveis que culminam com esses produtos, base do turismo na região. O autor argentino, a partir da noção de imaginário, reconhece que, a partir de um conjunto de informações, valores, crenças e símbolos, dados espaços ou manifestações são reconhecidos por atores sociais como dignos de serem representativos de algo. No caso dos produtos culturais, há o reconhecimento interno por parte dos anfitriões; para o produto turístico, além do viés econômico ao bem, ele carece de ser legitimado pelos visitantes. Assim, a partir dessas múltiplas possibilidades, Gaitán examina alguns produtos turísticos de Taquí (como é conhecida usualmente a cidade), evidenciando que, embora legitimados pelos visitantes, não o são, em sua integralidade, reconhecidos, endossados pelos moradores, descortinando, dessa maneira, várias leituras possíveis sobre os bens, conseqüentemente sobre a cidade. Por último, e a partir dessa perspectiva plural

de compreensão do patrimônio ali existente, a questão da autenticidade é debatida, menos sob um prisma determinista e mais sob uma ótica relativizadora que nega, portanto, a noção de algo dado, mas antes como algo construído socialmente, de maneiras diferentes por sujeitos distintos. Em resumo, como um *leitmotiv* do texto: os produtos, sejam eles culturais ou turísticos de Taquí del Valle são co-construídos em um permanente processo de negociação, releituras e incorporações entre sujeitos.

Já “*Desenvolvimento Turístico e ordenamento do território em Média Montanha. As Políticas de Gestão e valorização de recursos: nas serras da Cordilheira Central em Portugal*”, de Gonçalo José Poeta Fernandes, traz à tona um inquietante paradoxo: embora haja a vigência de um sistema de valores sociais que, de maneira exponencial, aprecia e (re)valoriza as áreas montanhosas portuguesas, não há, em terras lusas um planejamento turístico territorial capaz de congrega possibilidades de uso do espaço que não seja apenas a preservação da biodiversidade. O autor assevera que o modelo português para esse bioma é incapaz de dar conta de todas as práticas ali existentes (pastoris, turísticas, camponesas), na medida em que reduz possibilidades, seja ao enfatizar o caráter protecionista do meio ambiente, seja por compreender o turismo como apenas uma prática econômica, ligada ao incremento de renda das populações montanhosas afetadas pela visitação. Tomando como escopo as serras da Cordilheira Central, região localizada na porção central de Portugal, o geógrafo português, além de constatar a falta de uma política de ordenamento de usos das montanhas, propõe diretrizes norteadoras para se pensar o território para além de medidas restritivas de uso, como a preservação. Antes disso, ele propõe que uma política territorial capaz de contemplar o turismo deve, por outro lado, valorizar o patrimônio natural existente, estimular a participação dos atores sociais, ordenar e gerir os espaços naturais, aperfeiçoar a infraestrutura local e fomentar a governança local. Em uma região que, entre 2000 e 2010, viu praticamente dobrar a chegada de turistas, chegando a 350.000/ano no final da década passada, o debate em torno de medidas capazes de pensar as regiões de montanha de maneira holística é, de algum modo, o fio condutor deste enriquecedor trabalho.

Embora a experiência turística, no fundo o próprio turismo, dependa significativamente de um seguro fluxo de informações capazes de, dentre outros objetivos, mediar a relação entre o turista e o destino e fomentar a interação entre atores sociais ligados ao fenômeno turístico, não parece haver, na região da

Serra da Estrela, extensão montanhosa localizada na porção central de Portugal, uma eficiente gestão do fluxo de informações, mormente de natureza científico-estatística capaz de dar um robusto suporte ao processo de planejamento turístico regional, tampouco garantir informações precisas aos atores turísticos regionais. Dados esses que, ao evidenciarem esse estado de coisas, bem como as mudanças do turismo regional, permitirão um diagnóstico mais preciso quanto aos gargalos, potencialidades do turismo na região.

Assim, em um contexto contemporâneo marcadamente vinculado aos fluxos comunicacionais virtuais e às tecnologias da informação e comunicação, os autores Vitor Roque, Gonçalo Fernandes, Anabela Sardo, José Alexandre Martins, António Melo e Pedro Duarte narram e fundamentam, ao longo do trabalho *“Observatório de Turismo da Serra da Estrela – Um Instrumento para a Sustentabilidade do Turismo na Serra da Estrela – Portugal”*, a iniciativa de criação de uma plataforma tecnológica capaz de gerenciar, sistematizar e difundir pesquisas e informações relevantes concernentes a um dos mais relevantes destinos turísticos do interior português, bem como apreender tendências ligadas ao lazer e ao turismo e estimular o contato entre os atores públicos e privados associados ao turismo na região, que, mediante um conjunto de valores sociais em voga, têm sido, assim como as demais áreas de montanha, revalorizadas.

O tema do planejamento se mantém no quinto trabalho do presente número, de Andréa Márcia Santiago Lohmeyer Fuchs e Frederico Ferreira de Oliveira, mas agora no contexto de Minas Gerais, trazendo à baila o debate acerca de como a partilha do ICMS turístico evidencia os desafios para uma gestão descentralizada do planejamento turístico mineiro. O trabalho *“ICMS turístico e novas possibilidades de desenvolvimento regional para o estado de Minas Gerais”* não só traça um interessante histórico acerca da política mineira de circuitos, cujos antecedentes remontam a 1999, com a criação da Secretaria Estadual de Turismo (SETUR), mas também revela como, para evitar o esvaziamento e a inoperância dos circuitos turísticos mineiros, o Governo de Minas Gerais vincula o aporte de recursos financeiros oriundos do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços à vinculação das cidades aos circuitos.

Além de discutir como os circuitos turísticos seriam esferas de empoderamento da sociedade civil, ao estimular a proposição, o debate e a fiscalização acerca das políticas públicas de turismo, os autores, após árduo trabalho, conseguem identificar que, um ano após o decreto que abre precedentes para a obtenção do ICMS

turístico, vige no Estado uma relativa assimetria quanto à obtenção de recursos, isto é, ao passo que dados circuitos turísticos, face ao enquadramento das cidades aos critérios propostos pelo Estado, conseguiram obter somas expressivas, há um conjunto de circuitos que pouco ou nada obtiveram. Ademais, o trabalho constata que essa proposta de estimular o fortalecimento dos circuitos via estímulos financeiros democratizou a obtenção de recursos por parte de cidades, na medida em que não priorizou destinos turísticos consolidados; por outro lado, a regulamentação do ICMS turístico deixou aberta a questão da destinação dos recursos, tendo em vista não haver mecanismos de controle legais capazes de exigir que o montante obtido fosse investido no turismo, o que desloca novamente o debate para a importância de instâncias de fiscalização, como os conselhos municipais de turismo.

O último artigo que fecha esta coletânea nos convida a pensar como o Planejamento de Marketing pode contribuir para que premissas fundamentais do Planejamento Turístico, o monitoramento e a constante avaliação do processo possam ser mais enfrentados. Esse desafio está posto no trabalho *“Marketing Turístico do destino Paraná: atrativos, segmentos e sua distribuição no Estado”*, de Diogo Luders Fernandes, Elieti Fátima de Goveia, Graziela Scalise Horodyski e José Manoel Gonçalves Gandara. Ao longo da investigação, os pesquisadores paranaenses, a partir de premissas da gestão de marketing, lançam luz sobre a disposição espacial dos atrativos turísticos do Estado, constatando que, ao passo que áreas turísticas tidas como prioritárias pelo Governo Estadual, na verdade, se resumem a atrativos pontuais, áreas não prioritárias não apenas guardam atrativos turísticos de expressão, como também carregam em si possibilidades de usufruto de segmentos turísticos outros que não aqueles canonizados pelo planejamento vigente no Paraná.

Enfrentando o desafio de tratar o marketing para além dos equívocos conceituais carregados pelo senso comum, o trabalho tem o mérito de mostrar que, a despeito da Política Estadual de Turismo do Paraná primar pela descentralização, ao não contemplar elementos oriundos dos estudos de marketing, cuja contribuição reside na análise abrangente do destino (e não apenas em suas feições físicas, tampouco em critérios subjetivos), não conseguiu perceber significativas lacunas, ou melhor, possibilidades para o planejamento turístico no Estado. Reducionismo que, embora fruto da própria complexidade inerente aos processos de planejamento, o trabalho do grupo ajuda a dirimir tornando visível mercados e segmentos passíveis

de investimento do poder público para o estímulo de um turismo indutor de desenvolvimento em áreas outras do Paraná.

A todos, uma ótima leitura!

Thiago Duarte Pimentel
Edwaldo Sérgio dos Anjos Júnior
Coeditores