



**CENTRO DE EDUCAÇÃO, LETRAS E SAÚDE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIEDADE,
CULTURA E FRONTEIRAS – NÍVEL DE DOUTORADO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: SOCIEDADE, CULTURA E FRONTEIRAS**

VIVIANE DA SILVA WELTER

**O CENTRO E AS BORDAS DO TURISMO EM FOZ DO IGUAÇU: ANÁLISE DAS
ARTICULAÇÕES DOS ATORES LOCAIS NA CONSTRUÇÃO DAS POLÍTICAS
PÚBLICAS DE TURISMO MUNICIPAIS (1968-2019)**

FOZ DO IGUAÇU - PR

2021

VIVIANE DA SILVA WELTER

**O CENTRO E AS BORDAS DO TURISMO EM FOZ DO IGUAÇU: ANÁLISE DAS
ARTICULAÇÕES DOS ATORES LOCAIS NA CONSTRUÇÃO DAS POLÍTICAS
PÚBLICAS DE TURISMO MUNICIPAIS (1968-2019)**

Tese apresentada à Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora, junto ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Sociedade, Cultura e Fronteiras, área de concentração: Sociedade, Cultura e Fronteiras. Linha de Pesquisa: Território, História e Memória.

Orientador: Prof. Dr. Samuel Klauck

Coorientadora: Profa. Dra. Andressa Szekut

FOZ DO IGUAÇU - PR

2021

VIVIANE DA SILVA WELTER

**O CENTRO E AS BORDAS DO TURISMO EM FOZ DO IGUAÇU: ANÁLISE DAS
ARTICULAÇÕES DOS ATORES LOCAIS NA CONSTRUÇÃO DAS POLÍTICAS
PÚBLICAS DE TURISMO MUNICIPAIS (1968-2019)**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Sociedade, Cultura e fronteiras em cumprimento parcial aos requisitos para a obtenção do título de Doutora em Sociedade, Cultura e Fronteiras, área de concentração Sociedade, Cultura e Fronteiras, linha de pesquisa Território, História e Memória, APROVADO(A) pela seguinte banca examinadora.

Orientador (a) - Samuel Klauck
Universidade Estadual do Oeste do
Paraná – Campus de Foz do Iguaçu
(UNIOESTE)

Rosilene de Fátima Fontana
Universidade Estadual do Oeste do
Paraná – Campus de Foz do Iguaçu
(UNIOESTE)

José Carlos dos Santos
Universidade Estadual do Oeste do
Paraná – Campus de Cascavel
(UNIOESTE)

Jakson Renner Rodrigues Soares
Universidade da Coruña

Andressa Szekut
Universidade Estadual do Oeste do
Paraná – Campus de Foz do Iguaçu
(UNIOESTE)

Felipe Borborema Cunha Lima
Universidade da Região de Joinville
(UNIVILLE)

Foz do Iguaçu, 26 de novembro de 2021.

Dedico este trabalho a todos
os professores e
pesquisadores
brasileiros neste momento de
negação da ciência.
A todos que enaltecem os
saberes e fazeres populares.
A todos que acreditam que o
Turismo pode ser
positivamente transformador.

AGRADECIMENTOS

Trilhar o caminho da pós-graduação no Brasil é um paradoxo. De um lado, ainda há um lugar de destaque quando se menciona que se está escrevendo uma tese de doutorado. De outro, só quem vive ou está bem próximo de quem vive esta experiência tem conhecimento do planejamento e árduo esforço envolvidos para que de fato este objetivo seja concretizado. Receber o incentivo e saber que pessoas do seu convívio acreditam em você e torcem para que você alcance essa meta é indispensável para continuar e para “chegar lá”.

A família não poderia ser mencionada em segundo plano, pois longe de soar clichê ela é a base primordial de apoio. Assim, agradeço à minha mãe por toda a dedicação e cuidado para comigo e com a Luiza. Ao meu esposo pelo incentivo e por sempre acreditar em mim. E à Luiza que neste momento já sabe ler estas palavras: obrigada pela compreensão, cuidado e todo o amor dedicado à mamãe!

Ao meu orientador Prof. Samuel Klauck e à minha amiga e coorientadora Andressa Szekut agradeço imensamente pelas contribuições online e offline neste processo de amadurecimento científico. Estejam certos do meu mais profundo orgulho e admiração por vocês!

À banca examinadora: Prof. José Carlos dos Santos, Prof. Felipe Borborema, Prof. Valdir Gregory meus sinceros agradecimentos pelas valiosas sugestões que me auxiliaram na condução da tese pós-qualificação.

Aos amigos que me incentivaram, foram excelentes ouvintes ou compartilharam das mesmas dúvidas, medos e incertezas que a escrita de uma tese provoca, meu eterno agradecimento: Izabel da Silva, Fábio de Souza, Paola Stefanutti, Fátima Cividini, Melissa Ruiz, Ana Oliveira, Mayara Sperotto e Danielle Venson.

“Não apenas os turistas viajam, mas também o fazem os objetos, as culturas e as imagens” (URRY, 2016, p. 150).

WELTER, Viviane da Silva. **O CENTRO E AS BORDAS DO TURISMO EM FOZ DO IGUAÇU**. Análise das articulações dos atores locais na construção das políticas públicas de turismo municipais (1968-2019). 2021. 297f. Tese (Doutorado em Sociedade, Cultura e Fronteiras) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Foz do Iguaçu.

RESUMO

É inquestionável a consideração do turismo como indutor de desenvolvimento econômico para as localidades turísticas, sendo esta uma das justificativas mais frequentemente utilizadas por estudiosos e empreendedores ou encontrada até mesmo em planos governamentais para justificar sua relevância ou investimentos públicos em infraestrutura. Todavia, para além dos benefícios econômicos, o próprio conceito de Turismo já ultrapassou esta concepção reducionista, considerando-o como um fenômeno complexo que envolve além da esfera econômica, as esferas ambiental, social e cultural. A partir desta ampliação de conceito, questiona-se como ocorreram as articulações dos atores locais na construção das políticas públicas municipais, havendo ou não um processo instituído entre “centro” e bordas” do turismo em Foz do Iguaçu. Investigou-se, igualmente, se os todos os atores locais foram envolvidos e se seus saberes e fazeres locais foram incluídos ou excluídos do planejamento do desenvolvimento turístico de Foz do Iguaçu, de 1968 a 2019. Para atender o objetivo geral desta tese, em termos metodológicos, foi utilizado o método indiciário (GINZBURG, 1989) que busca observar pistas, minúcias - os pormenores mais negligenciáveis. Como método de análise foi utilizada a análise documental utilizando documentos públicos relacionados ao planejamento turístico (impressas e online), além de jornais e fotografias. A análise dos documentos baseou-se em Cellard (2008) e a pesquisa bibliográfica foi utilizada para embasar a análise e a interpretação dos dados coletados. Confirmou-se a tese de que os centros e as bordas do turismo estão bem demarcados em Foz do Iguaçu, sendo o “centro” composto pelo trade turístico e a Secretaria de Turismo de Foz do Iguaçu como articuladores do desenvolvimento turístico municipal; e as bordas são compostas pela comunidade local envolvida direta, indiretamente ou não envolvida com o turismo, sendo as duas primeiras consideradas atores coadjuvantes a serem conscientizados para bem atender o turista. Os saberes e fazeres locais foram considerados apenas como propostas em alguns documentos, sem maior detalhamento, tampouco identificou-se se foram executados ou receberam fomento para sua execução, tendo predominado o investimento em obras de infraestrutura pública. Aponta-se como caminho para alterar este contexto o turismo cultural, planejado de forma a envolver a comunidade, articulado com outras políticas, como urbanísticas e culturais, capazes de proporcionar espaços para trocas interculturais entre os turistas e a população receptora, promovendo experiências culturais mais ricas para ambos.

Palavras-chaves: Turismo; Políticas Públicas de Turismo; Foz do Iguaçu

WELTER, Viviane da Silva. **CORE AND PERIPHERY OF TOURISM IN FOZ DO IGUAÇU**. Analysis of the articulations of local actors in the construction of municipal tourism public policies (1968-2019). 2021. 297p. Thesis (Doctorate in Society, Culture and Bordes) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Foz do Iguaçu.

ABSTRACT

The consideration of tourism as an inducer of economic development for tourist locations is unquestionable. This has been one of the justifications most frequently used by scholars and entrepreneurs or even found in government plans to justify its relevance or public investments in infrastructure. However, in addition to the economic benefits, the concept of Tourism itself has surpassed this reductionist conception, considering it as a complex phenomenon that involves, economic, environmental, social and cultural spheres. From this expansion of concept, it is questioned how the articulations of local actors have occurred in the development of municipal public policies, whether or not there was a process established between the 'centre' and the borders of tourism in Foz do Iguaçu. It was also investigated if all local actors were involved and if their local knowledge and practices were included or excluded from the planning of tourism development in Foz do Iguaçu from 1968 to 2019. In order to achieve the general objective of this thesis, in methodological terms, the evidential method (GINZBURG, 1989) was used, which seeks to observe clues, minutiae - the most negligible details. As a method of analysis, document analysis was used using public documents related to tourism planning (printed and online), as well as newspapers and photographs. Document analysis was based on Cellard (2008) and bibliographic research was used to support the analysis and interpretation of the collected data. It was confirmed the thesis that the centers and borders of tourism are well demarcated in Foz do Iguaçu, with the 'centre' being composed of the tourist trade and the Foz do Iguaçu Tourism Secretariat as articulators of the municipal tourist development; and the borders are composed by the local community directly involved, indirectly or not involved with tourism, the first two being considered supporting actors that must to be touristic awareness in order to serve the tourists. Local knowledge and practices were considered only as proposals in some documents, without further details, nor was it identified if they were executed or received support for their execution, with the predominance of investment in public infrastructure works. The path presented to change this context is cultural tourism, planned to involve the community, articulated with other policies, such as urban and cultural policies, which could provide spaces for intercultural exchanges between tourists and the host population, promoting richer cultural experiences for both.

Keywords: Tourism; Public Tourism Policies; Foz do Iguaçu

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 -	Ilustrações da Tríplice Fronteira	19
FIGURA 2 -	SISTUR	34
FIGURA 3 -	Cadeia Produtiva do Turismo	35
FIGURA 4 -	Ilustração da Tríplice Fronteira	43
FIGURA 5 -	Cataratas do Iguaçu	44
FIGURA 6 -	Colônia Militar de Foz do Iguaçu	48
FIGURA 7 -	Ponte sob o rio Tamanduazinho	52
FIGURA 8 -	Estrada de Acesso a Foz do Iguaçu	57
FIGURA 9 -	Organograma das emancipações dos municípios do Oeste do Paraná	61
FIGURA 10 -	Mapa de implantação da Perimetral Leste	84
FIGURA 11 -	Termos relacionados a 'Foz do Iguaçu' no SemRush	90
FIGURA 12 -	Resultado Pesquisa Google Termo 'Hotel em Foz do Iguaçu	91
FIGURA 13 -	Ilustração da Institucionalização das Políticas Públicas de Turismo Federais	107
FIGURA 14 -	Distribuição Percentual do Valor Bruto da Produção do Turismo por Atividade (2009)	148
FIGURA 15 -	Zoneamento e Uso e Ocupação do Solo	259

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 -	Quadro Conceitual de Análise Documental	39
QUADRO 2 -	Passeios disponíveis nas Cataratas do Iguaçu	75
QUADRO 3 -	Atrativos Turísticos de Foz do Iguaçu	77
QUADRO 4 -	Resultados Google.com para Palavra-chave Foz do Iguaçu	97
QUADRO 5 -	Sites/Blogs da Oferta Turística de Foz do Iguaçu	99
QUADRO 6 -	Cartas Patrimoniais - Preocupações e Menções ao turismo	153
QUADRO 7 -	Saberes e Fazeres - Livros de Registro IPHAN	158
QUADRO 8 -	Propostas para o Turismo - Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (1992)	193
QUADRO 9 -	Componentes do Planejamento de um Projeto	199
QUADRO 10 -	Temas abordados na Apostila de Conscientização Turística (FOZTUR)	203
QUADRO 11 -	Problemas, Obstáculos, Resultados, Estratégia e Metas	208
QUADRO 12 -	Detalhamento dos Atrativos por Segmento e Pontuação	221
QUADRO 13 -	Análise SWOT, Estratégias e Ações	225
QUADRO 14 -	Cronologia da Gestão Turística de Foz do Iguaçu (1999-2015)	252
QUADRO 15 -	Propostas para o Turismo PPIS FOZ (2016)	256
QUADRO 16 -	Diretrizes e Proposições para o Turismo (PPIS, 2016)	260
QUADRO 17 -	Propostas relacionadas aos saberes e fazeres nos documentos municipais de Foz do Iguaçu (1968-2019)	262

LISTA DE ABREVIATURAS

ABAV - Associação Brasileira das Agências de Viagens

ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis

ACIFI - Associação Comercial e Industrial de Foz do Iguaçu

AGETURFI - Associação dos Agentes de Viagens do Turismo Receptivo de Foz do Iguaçu

ATRIFI - Associação de Turismo Receptivo Internacional de Foz do Iguaçu

CEAEC - Centro de Altos Estudos da Conscienciologia

CEPAC - Conselho Municipal do Patrimônio Histórico de Foz do Iguaçu

CNTUR - Conselho Nacional de Turismo

COBAL - Companhia Brasileira de Alimentos

COMBRATUR - Comissão Brasileira de Turismo

COMTUR - Conselho Municipal de Turismo

CONSEFGI - Conselho Comunitário de Segurança de Foz do Iguaçu

COPET - Comissão Permanente de Turismo

CTI - Complexo Turístico de Itaipu

DNIT - Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes

EMBRATUR - Empresa Brasileira de Turismo

FAMEPAR - Instituto de Assistência aos Municípios do Estado do Paraná

FOZTRANS - Instituto de Transportes e Trânsito de Foz do Iguaçu

FOZTUR - Foz do Iguaçu Turismo S/A

FUNGETUR - Fundo Geral de Turismo

IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas

ICMBIO - Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade

ICVB - Iguassu Convention & Visitors Bureau

IDH - Índice de Desenvolvimento Humano

INFRAERO - Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

MERCOSUL - Mercado Comum do Sul

MICT - Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo

MTUR - Ministério do Turismo

OMT - Organização Mundial de Turismo

ONU - Organização das Nações Unidas

PDITS - Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Foz do Iguaçu

PLANTUR - Plano Nacional de Turismo

PNI - Parque Nacional do Iguaçu

PNMT - Programa Nacional de Municipalização do Turismo

PNT - Política Nacional de Turismo

PÓLO IGUASSU - Instituto Polo Internacional Iguassu;

PPP - Parcerias público-privadas

PRT - Programa de Regionalização do Turismo

PTI - Parque Tecnológico de Itaipu

RPCTV- Rede Paranaense de Comunicação

SEBRAE - Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SECHSFI - Sindicato dos Empregados em Turismo e Hospitalidade de Foz do Iguaçu

SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem

SENAI - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

SENAR - Serviço Social da Aprendizagem Rural

SENAT - Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte

SESCOOP - Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo

SESI - Serviço Social da Indústria

SEST - Serviço Social do Transporte

SETURFOZ - Secretaria de Turismo de Foz do Iguaçu

SHRBS - Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Foz do Iguaçu

SINDETUR - Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Foz do Iguaçu

SINGTUR - Sindicato dos Guias de Turismo de Foz do Iguaçu e Costa Oeste

SISTUR - Sistema de Turismo

SMPU - Secretaria Municipal de Planejamento Urbano

TGS - Teoria Geral dos Sistemas

UDC - União Dinâmica de Faculdades Cataratas

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UNILA - Universidade Federal da Integração Latino-Americana

UNIOESTE - Universidade Estadual do Oeste do Paraná

UNWTO - United Nations World Tourism Organization

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
CAPÍTULO 1 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	27
CAPÍTULO 2 - HISTÓRIA DO TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU	41
2.1 DAS BELEZAS DO SALTO DE SANTA MARIA À INSTITUIÇÃO DA COLÔNIA MILITAR: um primeiro olhar para o turismo em Foz do Iguaçu	43
2.2 A RETERRITORIZAÇÃO DO ESPAÇO E O CRESCIMENTO DO TURISMO EM FOZ DO IGUAÇU: da marcha para o oeste ao turismo na era digital	56
2.3 O TURISMO NA ERA DIGITAL	88
CAPÍTULO 3 - POLÍTICAS PÚBLICAS NACIONAIS DE TURISMO, UM OLHAR SOB O LAZER E O PATRIMÔNIO CULTURAL	104
3.1 POLÍTICAS PÚBLICAS NACIONAIS DE TURISMO E UM OLHAR SOB O LAZER	106
3.1.1 Políticas Públicas de Turismo no Brasil de 1938 a 1966	110
3.1.2 Políticas Públicas de Turismo no Brasil de 1966 a 1991	115
3.1.3 Políticas Públicas de Turismo no Brasil de 1991 a 2000	121
3.1.4 Políticas Públicas de Turismo no Brasil de 2000 a 2018	129
3.2 PLANEJAMENTO PARTICIPATIVO, TURISMO CULTURAL E PATRIMÔNIO CULTURAL	141
CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS MUNICIPAIS DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU (1968-2019)	170
4.1 PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO E TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU (1968)	171
4.2 SEMINÁRIO DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU: CRIAÇÃO MUNICIPAL DE TURISMO (1980)	176
4.3 DOSSIÊ / CARTILHA PLANO DIRETOR PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM FOZ DO IGUAÇU (s/d)	187
4.4 PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO (1992)	190
4.5 PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU (1994)	195
4.6 PROGRAMA DE CONSCIENTIZAÇÃO TURÍSTICA DA FOZTUR / AÇÕES DESENVOLVIDAS PELA PREFEITURA DE FOZ DO IGUAÇU (1995)	199
4.7 APOSTILA DA FOZTUR - PROGRAMA DE CONSCIENTIZAÇÃO TURÍSTICA (s/d)	202
4.8 PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU (1996)	204
4.9 A RETOMADA DO TURISMO (s/d)	210
4.10 LEI COMPLEMENTAR Nº 115 DE 09/10/2006 - CRIAÇÃO DO PLANO DIRETOR DE FOZ DO IGUAÇU	213

4.11 PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL (2011)	215
4.12 POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU (2014)	232
4.13 CONFERÊNCIAS MUNICIPAIS DE TURISMO (2012/2014/2019)	235
4.14 PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO SUSTENTÁVEL (2016)	249
CONSIDERAÇÕES FINAIS	265
REFERÊNCIAS	273

INTRODUÇÃO

As mudanças decorridas pós-Industrialização produziram uma série de (re)invenções tecnológicas que transformaram a maneira como o ser humano tem se relacionado com questões materiais e imateriais. Os aparelhos eletrodomésticos que adentraram aos lares, a facilidade de locomoção devido à invenção de novos meios de transportes e a possibilidade de lazer e turismo àqueles que estão inseridos na economia capitalista representam algumas destas modificações.

As trocas comerciais se intensificaram e o fenômeno turístico mundial se difundiu – massificou-se. Ortiz (1998) afirma que o turismo é uma atividade sugestiva para o entendimento da modernidade, pois o período após a Revolução Industrial tem sido marcado pelo incentivo ao consumo, e isto embriaga e seduz milhares de pessoas ao redor do mundo.

Harari (2011) ao refletir sobre os desejos de consumo do ser humano moderno salienta que a maioria das pessoas não admite que a ordem que as governa é imaginária e seus desejos são moldados por mitos dominantes - uma combinação de crenças românticas e consumistas que pregam que as pessoas devem aproveitar ao máximo o potencial humano e, para isto, precisam viver diferentes experiências.

Dentre tantas possibilidades no “mercado de experiências” está o turismo, capaz de possibilitar encontros interculturais, a fuga da rotina e quem sabe até salvar um casamento em ruínas, conforme citado por Harari, em que atualmente um milionário pode fazer a escolha de levar sua esposa a uma viagem de luxo para Paris, diferentemente de um homem rico no Egito antigo, que para preservar seu casamento, se empenharia em construir uma tumba suntuosa para agradar sua esposa (HARARI, 2011).

Assim, para o autor, a experiência turística, reflete o que faz o ser humano feliz na era moderna, guiado por mitos românticos e consumistas. É a nova dose de Soma¹, capaz de manter as pessoas felizes neste admirável mundo novo (HUXLEY, 1980) depois de diversas horas de trabalho e, assim, estimular que a sociedade continue em movimento.

¹ Soma refere-se ao nome de uma droga em que os personagens do livro Admirável Mundo Novo (HUXLEY, 1980) tomavam para que não ficassem tristes, tendo como efeito a felicidade.

Para perpetuar o desejo ao consumo adiciona-se a mediação por telas, principalmente aquela que cabe na palma da mão, por horas diárias, quase sem controle, em que se visualizam pessoas conhecidas e desconhecidas desfrutando de lazer e viagens, que contribuiu para instigar o consumo, o que impulsiona a atividade turística, marcando-a como uma das principais atividades econômicas mundiais.

Isto se expressa nos números do setor turístico nacional e internacional, que reconhece o turismo como um fenômeno de grande relevância e alcance global. Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT), em 2019 o turismo registrou um crescimento de 3,5%, tendo sido responsável por 10,3% do PIB mundial, equivalente à movimentação de U\$ 8,9 trilhões. No Brasil o turismo representa 7,7% do PIB nacional, o que contribui para a geração de emprego e renda para milhares de pessoas, tendo sido responsável pela criação de um em quatro empregos nos últimos cinco anos no país (UNWTO, 2019).

É inquestionável a consideração do turismo como indutor de desenvolvimento econômico, sendo esta, geralmente, a primeira justificativa utilizada por estudiosos, trabalhadores da área, empreendedores ou destacada nos planos governamentais municipais, estaduais ou federais. Esta perspectiva econômica do turismo e seu efeito multiplicador são contemporâneos, pois o conceito de turismo passou por diversas reformulações ao longo do tempo.

Para Pinto e Moesch (2005, p. 3) tempo, espaço e volume são as categorias utilizadas nos conceitos tradicionais na área de turismo e “isto é fruto do capitalismo, que determinou categorias rígidas e objetivas, dentro de uma visão reducionista, a econômica, para conceituar o Turismo”.

Na publicação da OMT/ONU/EUROSTAT/OECD “Conta Satélite do Turismo: Marco Metodológico Recomendado” o conceito de turismo foi ampliado e passou a considerar outras perspectivas, sendo visto como a) um fenômeno impulsionado pela demanda, referindo-se à aquisição de bens e serviços pelos visitantes; b) a partir da perspectiva da oferta, em que pode ser entendido como um conjunto de atividades produtivas que atende a demanda em um destino; c) a partir da perspectiva do deslocamento, em que uma pessoa viaja do seu local habitual de residência para outro local por menos de um ano com finalidade de lazer, negócios ou motivações pessoais, exceto para trabalhar ou residir no local visitado; d) e soma-se à estas concepções o conceito de fenômeno social e cultural (NU / OMT / CCE / OCDE, 2010).

Segundo Pinto e Moesch (2005) ampliar o conceito de turismo considerando-o como fenômeno social envolve diversas particularidades das vivências humanas, estimulando inúmeras atividades no campo objetivo. Desconsiderar o turismo como mero consumo e passar a entendê-lo como um processo de auto realização humana, de trocas de experiências entre turista e receptor “conduz a uma perspectiva mais humana do mundo social” (PINTO; MOESCH, 2005, p. 4).

Este estudo apoia-se na concepção de turismo segundo Moesch e Beni (2015) em que este é um fenômeno complexo, envolvendo diversas esferas - a econômica, mas igualmente a ambiental, cultural e social, pois se constitui em uma práxis dinâmica, em que o sujeito turístico se move, comunica seus desejos mais íntimos por meio de fluxos (deslocamento/viagem/transportes), de fixos (estada, hospedagem, alimentação, acolhimento e segurança), e de prazer (o encontro cultural, a diversão) que só ocorre por meio do encontro possibilitado pelo ato de receber – a hospitalidade.

O conceito de hospitalidade atual está igualmente relacionado ao campo econômico, ligado ao comércio e, segundo Castelli (2010), faz-se necessário resgatar o seu profundo significado, que envolve o ato de comer junto, abrigar-se e deslocar-se. Desta forma, tal qual o turismo, a hospitalidade são atividades que têm em seu bojo as trocas sociais e a convivência entre as pessoas.

Assim, concorda-se com Molina & Rodrigues (2001), que pontuam a necessidade de ampliar o estudo do turismo atual, pois os aspectos econômicos são significativos, mas insuficientes, pois “não explicam, tampouco consideram a diversidade de dimensões do fenômeno” (MOLINA; RODRIGUES, 2001, p. 9).

Considerar as diversas facetas do fenômeno turístico e romper a lógica economicista produto *versus* consumidor pode resultar em uma pesquisa que admita o conceito de turismo de forma mais abrangente, buscando considerar a esfera econômica e ambiental, mas igualmente a social e a cultural tanto no campo das ideias, quanto no planejamento do desenvolvimento turístico das destinações turísticas.

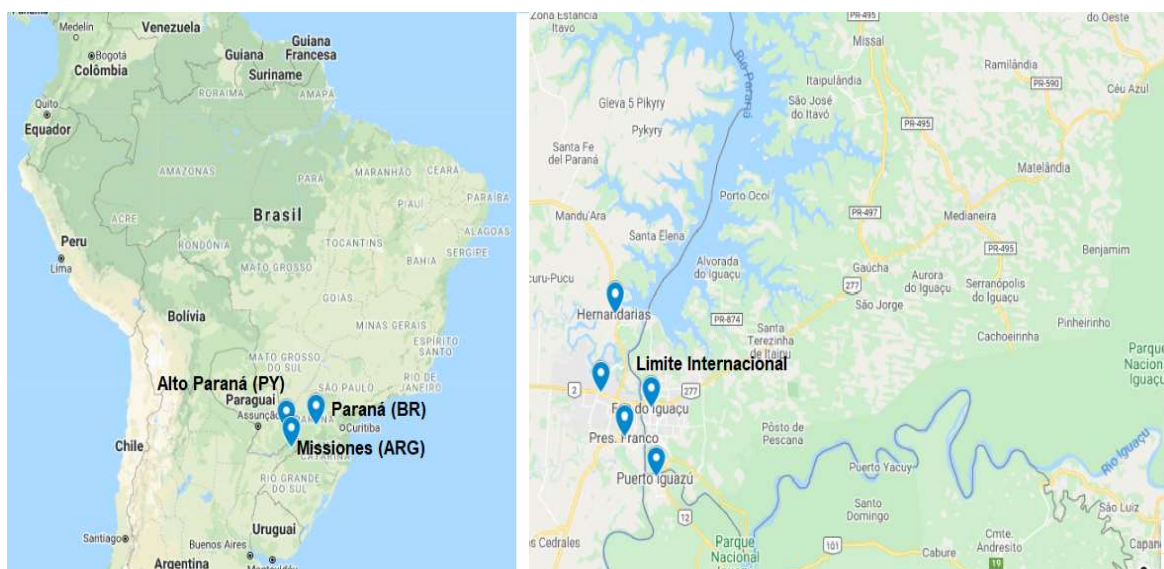
Para tanto, questiona-se como ocorreram as articulações dos atores locais na construção das políticas públicas de turismo em Foz do Iguaçu, havendo ou não um processo demarcado entre centro e bordas, tendo considerado toda a complexidade do turismo, incluindo além da esfera econômica, os aspectos sociais e culturais, especificamente, se a comunidade receptora foi envolvida e se seus saberes e

fazerem foram incluídos ou excluídos do planejamento do desenvolvimento turístico municipal ao longo dos anos.

Os saberes e fazeres de uma comunidade são bens culturais de natureza imaterial caracterizados pelas práticas, domínios, ofícios, celebrações, forma de expressões, lugares, dentre outros, que representam a memória, a identidade, a história e a cultura de indivíduos ou grupos sociais. Estes conhecimentos são transmitidos de geração em geração e são constantemente recriados pelas comunidades por meio da interação com a natureza e com a sua história (UNESCO, 2006).

Segundo o censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), Foz do Iguaçu conta com 256.088 habitantes e está localizada no extremo oeste-paranaense, na fronteira entre a Argentina e o Paraguai (Figura 1). Somadas à Foz do Iguaçu, as cidades paraguaias (Ciudad del Este, Presidente Franco e Hernandarias) e a cidade Argentina (Puerto Iguazú) ultrapassam o contingente populacional de 795 mil habitantes², o que caracteriza esta tríplice fronteira como uma das mais populosas do Brasil.

Figura 1 – Ilustrações da Tríplice Fronteira



Fonte: Welter (2021) baseado em Google Maps (<https://www.google.com/maps/>).

² Puerto Iguazú possui 82.277 habitantes segundo o Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001 y 2010 INDEC). Disponível em: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-CensoProvincia-3-999-54-000-2010>. Acesso em 23 Jan. 2021. Ciudad del Este possui 290.912 habitantes, Presidente Franco 90.292 habitantes e Hernandarias 76.901 habitantes segundo o censo de 2015, disponível em: <https://www.dgeec.gov.py/default.php?publicacion=2>. Acesso em 21 Jan. 2021.

O turismo é uma relevante atividade econômica para esta singular fronteira, com o chamariz de produtos importados em Ciudad del Este que atraem principalmente os turistas brasileiros; os atrativos naturais, culturais e gastronômicos de Puerto Iguazú que atraem turistas brasileiros e estrangeiros; e em Foz do Iguaçu o maior atrativo são as Cataratas do Iguaçu, além de outros atrativos que têm se consolidado, com destaque para o Parque das Aves e o Complexo Turístico de Itaipu, dentre outros que serão abordados no decorrer desta tese.

A consolidação de Foz do Iguaçu no cenário turístico pode ser percebida devido ao seu reconhecimento como o terceiro destino turístico brasileiro mais visitado por turistas estrangeiros que viajaram a lazer em 2017, segundo pesquisa encomendada pelo governo federal (AGÊNCIA BRASIL, 2018).

No cenário nacional Foz do Iguaçu obteve a primeira posição entre as cidades não capitais no Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, que escolheu os destinos que apresentaram planos de marketing turístico nacional e internacional³, estudos e investigações sobre investimentos do governo federal, potencialidades e necessidades do destino, demanda de qualificação e infraestrutura (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008).

Estas conquistas são indícios da ocorrência de diversos esforços para a consolidação do setor turístico em Foz do Iguaçu e, para tanto, tem-se como objetivo geral desta tese analisar como ocorreram as articulações entre os atores durante este processo de desenvolvimento turístico, investigando se houve uma demarcação entre “centro” e “bordas” e em que medida os saberes e fazeres locais foram incluídos ou excluídos da gestão do turismo municipal em Foz do Iguaçu.

Refere-se a centro e bordas nesta tese em alusão à Teoria do Sistema Mundo elaborada por Immanuel Wallerstein e a Teoria da Dependência (CARDOSO; FALLETTO, 2008). Segundo Martins (2015) na forma de produção do sistema capitalista existem os países centrais (centro) cuja produção é de alto valor agregado, os países periféricos (borda) que fabricam bens de baixo valor agregado e fornecem matérias-primas para os países centrais e, os países semiperiféricos, ora podendo

³ Plano de Marketing Turístico Internacional - Plano Aquarela e Plano de Marketing Turístico Nacional - Plano Cores do Brasil.

ser considerados centrais em relação à periferia (centro), ora periferias (borda) para os países centrais, assumindo um papel intermediário.

Para Cardoso e Falletto (2008) as sociedades capitalistas atuais possuem estruturas baseadas em relações desiguais, fundadas em assimetrias sociais da exploração que utilizam mecanismos e processos de dominação para manter as estruturas existentes.

Segundo os autores, essas relações assimétricas ocorrem, de um lado, por meio de países dominantes que possuem capacidade de ampliar sua escala de capital por meio da criação de novas tecnologias, expansão contínua da produção de bens de capital e apoio financeiro através de um sólido sistema bancário. Por outro lado, os países dependentes são aqueles que não possuem os elementos necessários para acumular e expandir seu capital, e tentam contra-atacar os interesses dominantes que sustentam essa estrutura de dominação. Estas disputas e relações de poder são complexas, não podendo ser reduzidas a simples formas de exploração e coerção, mas estão fixadas em coincidências de interesses das classes dominantes, e ao mesmo tempo, são desafiadas pelos dominados.

A partir destas teorias é possível analisar essas disputas e relações de poder não apenas a partir “de uma abstrata “lógica de acumulação do capital”, mas também de relações e lutas particulares entre classes e grupos sociais a nível local e internacional” (CARDOSO E FALLETTO, 2008, p. 12-13), podendo ser aplicada ao estudo de centro e bordas dentro de um território menor, como é o caso de Foz do Iguaçu.

Assim, para atender de forma exitosa o objetivo geral, foram delineados os seguintes objetivos específicos: a) documentar o histórico do turismo de Foz do Iguaçu; b) analisar como ocorreu a institucionalização das políticas públicas federais de turismo; c) analisar as similaridades, discrepâncias ou conexões das políticas públicas federais de turismo com as políticas públicas municipais de turismo de Foz do Iguaçu e d) analisar as estratégias, articulações, disputas e relações de poder entre o centro e as bordas do turismo de Foz do Iguaçu: em que medida houve um processo instituído em que o centro utilizou-se de poderes políticos e econômicos e tem articulado as diretrizes do planejamento turístico local e as bordas são ou não consideradas no processo decisório - se são convidadas a participar de forma ativa ou figuraram como meros coadjuvantes e, principalmente, se os saberes e fazeres locais da comunidade foram considerados durante o desenvolvimento turístico local.

Justifica-se a escolha desta temática devido ao ineditismo da análise do histórico de turismo de Foz do Iguaçu ao utilizar-se tanto de fontes bibliográficas, mas principalmente documentais, para verificar quais têm sido as estratégias, inclusões e exclusões ocorridas para alcançar o ‘desenvolvimento’ turístico.

Santos et al. (2012) analisa o significado e a influência da palavra ‘desenvolvimento’ para a sociedade contemporânea e auxilia no entendimento do seu uso durante esta tese. Ao desmembrar o vocábulo, têm-se o prefixo *Des* que em português significa “negação ou ausência”, *en* e *volvere* que possuem origem no latim e significam “movimento para dentro” e “reverter, virar”, respectivamente, e por fim, o sufixo *mento* que significa “ação”.

Em uma busca no dicionário por esta palavra os resultados são: “o ato ou o efeito de desenvolver, fazer crescer, fazer progredir, estar em uma velocidade”, que pode ser traduzido como “sem movimento para reverter a ação” ou ainda “sem envolvimento”, segundo Santos et. al (2012), e que estariam relacionados à ideia de progresso e que é necessário algo para gerar o movimento ou envolvimento. O autor conclui que o conceito de desenvolvimento nunca poderá agradar a todos por se tratar de “um construto social com forte conteúdo ideológico e político, cujos valores e crenças são relativos a um determinado tempo e espaço” (SANTOS et al, 2012, p. 59). Salienta, ainda, que este termo é utilizado de forma polissêmica para tratar de diversos temas, desde crescimento, sustentabilidade, carências, modernidade, mudanças, desequilíbrios, etc.

A polissemia do termo pode ser encontrada em Cardoso e Falletto (2008) em que ressaltam que o desenvolvimento capitalista nas economias periféricas significa o progresso das forças de produção, especialmente por meio da importação de tecnologia, acumulação de capital, entrada de empresas estrangeiras nas economias locais, aumento de grupos assalariados e da divisão social do trabalho, ao contrário dos países centrais em que o desenvolvimento significa a criação interna de novas tecnologias e proteção nacional contra entrada de capital estrangeiro, por exemplo.

Desta forma, justifica-se que o uso deste termo ao longo do texto refere-se à reprodução utilizada contemporaneamente e será a utilizada pela autora, relativa ao progresso e à ação, mas concorda-se com Santos et al (2012, p. 60) que falar em desenvolvimento “é falar também do seu contrário, é incluir no seu significado não apenas elementos políticos, econômicos, sociais, ambientais, mas também elementos como o direito, a oportunidade e a equidade individual e coletiva”.

Durante o desenvolvimento de um destino turístico são realizadas estratégias e articulações que envolvem diversos atores, público ou privados, sociedade civil, comunidades locais, dentre outros, de forma isolada ou em parceria. Esta última, chamada de parcerias público-privadas (PPP⁴), é caracterizada pela colaboração entre o poder público municipal, estadual ou federal com entes privados. Os exemplos mais comuns de PPP são obras de infraestrutura, que por sua vez, podem contribuir para a melhoria dos equipamentos e infraestrutura de localidades turísticas.

Outros tipos de parcerias também podem ser encontrados entre diversos setores de um mesmo município. No caso do turismo, o composto que envolve organizações públicas e privadas que atuam em turismo e eventos, como secretarias de turismo, meios de hospedagens, agências de viagens, empresas de transportes, conselhos municipais de turismo, dentre outros, é chamado de *trade* turístico (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020).

Esta parceria visa o fortalecimento do setor de turismo local e em sua organização envolve a discussão de potencialidades e prioridades - o que será planejado e executado por meio de ações, projetos ou programas para o desenvolvimento do setor de turismo na região, além da articulação para angariar apoio político e financeiro para fomentar os objetivos e as metas acordados.

Neste processo, o planejamento do turismo pode considerar o seu desenvolvimento de forma sustentável com a adoção de políticas de conservação e preservação do meio ambiente, bem como ouvir toda a comunidade, não apenas considerando-a como alvo de campanhas de conscientização (BARETTO, 2005), mas convidada a participar de forma ativa, tendo suas reivindicações consideradas.

Analisar se o *trade* turístico de Foz do Iguaçu configura-se como o centro do turismo e considera ou exclui os saberes locais no planejamento turístico pode revelar se há um processo instituído entre “centro” e “bordas”, em que o centro é envolvido e articula as diretrizes do planejamento turístico local devido ao seu poder político e econômico e as bordas não aparecem - não são consideradas no processo decisório, sendo apenas atores coadjuvantes do processo de desenvolvimento do turismo local.

⁴ Do ponto de vista jurídico, a PPP é regulada pela Lei nº 11.079/2004 que consiste em um contrato de prestação de serviços de médio e longo prazo firmado pela Administração Pública, que dependerá de iniciativas de financiamento do setor privado para prestação de serviços para atender o Estado e os cidadãos.

Desta forma, este estudo possui relevância econômica, social e cultural, pois a partir de seus resultados podem ser elaborados novos programas ou planos que contemplem também as diversas facetas do turismo.

De maneira estrita, a motivação particular acerca deste tema se deu a partir da análise de uma das questões de pesquisa da dissertação de mestrado da autora (WELTER, 2018⁵), em que 61% dos pesquisados responderam não terem tido contato com os moradores de Foz do Iguaçu fora da oferta turística.

A partir de entrevistas realizadas com os moradores do bairro da Praia Grande em São Luís (MA), Carvalho (2009) fez constatações semelhantes, em que a pesquisa demonstrou que o contato entre moradores e visitantes ocorre de forma superficial, restringindo-se à prestação de informações sobre os atrativos turísticos, falta de atividades associativas de interação com os turistas, além da não utilização dos equipamentos turísticos pelos moradores locais.

Estes exemplos suscitam o questionamento sobre como o planejamento turístico local preocupou-se em propiciar o encontro cultural entre turistas e moradores, que não sejam aqueles apenas durante a prestação de serviços turísticos, mas encontros mais ricos, de convivência em que haja reciprocidade cultural que possa privilegiar a comunidade receptora e quem a visita, beneficiando-os mutuamente.

Cabe esclarecer que considera-se “comunidade” de acordo com Tönnies (1973) citado por Peruzzo e Volpato (2009) que afirma que onde quer que haja vontade comum entre os sujeitos encontra-se uma espécie de comunidade, emergindo assim o conceito de comunidade relacionada às bases das relações sociais.

Concorda-se com Peruzzo e Volpato (2009) que parece uma tendência a valorização do local devido à intensidade da globalização, não que não haja fascínio

⁵ A dissertação “A hospitalidade e o controle na fronteira entre o Brasil, o Paraguai e a Argentina sob a perspectiva do turista brasileiro” (2018) tratou-se de uma pesquisa quantitativa realizada nas duas aduanas da tríplice fronteira: Ponte Internacional da Amizade entre Brasil e Paraguai e Ponte Internacional da Fraternidade entre Brasil e Argentina. Foram aplicados 625 questionários, com 10 questões, sendo que uma delas questionava se os turistas tinham tido contato com os moradores locais. 61% disseram que não tiveram contato com moradores locais, a não ser no momento da prestação de serviços em estabelecimentos da oferta turística: taxis, hotéis, restaurantes, atrativos, etc. Assim, o estudo sugeriu que o turismo de massa é predominante na tríplice fronteira e que a experiência do contato com a comunidade local é desperdiçada. Esta constatação suscitou o desejo em aprofundar o estudo sobre o envolvimento da comunidade no planejamento turístico municipal em Foz do Iguaçu, que originou as perguntas-chave desta tese.

ou haja negação das vantagens do mundo globalizado, todavia, aquilo que está próximo - o local, a família, a comunidade tendem a representar segurança e proteção em um mundo aparentemente instável. A comunidade produz boas sensações, é “um lugar confortável e aconchegante. É como um teto sob o qual nos abrigamos da chuva pesada, como uma lareira diante da qual esquentamos as mãos num dia gelado” (BAUMAN, 2003, p.7).

Entre essa comunidade sonhada há a “comunidade realmente existente”, (BAUMAN, 2003), a qual exige rigorosa obediência em troca dos serviços que presta ou promete prestar - um preço a se pagar em forma de liberdade para viver em comunidade.

Desta forma, pretende-se, nesta pesquisa, verificar se houve um preço a ser pago em troca do suposto desenvolvimento econômico mediado pelo turismo, tendo como tese: O centro, representado pelo trade turístico, e as bordas – comunidade local estão bem demarcados, sendo que o primeiro utiliza-se de seu poder político e econômico para ordenar as políticas públicas municipais de turismo em Foz do Iguaçu, sendo que os saberes e fazeres locais não têm sido contemplados na gestão do turismo municipal.

Para lograr este objetivo, em termos metodológicos, foi utilizado o método indiciário (GINZBURG, 1989) que busca observar pistas, minúcias - os pormenores mais negligenciáveis. Como método de análise foi utilizada a análise documental, com base em Cellard (2008), tendo como fontes documentos relacionados ao planejamento turístico municipal e federal, jornais, fotografias, além da internet e a pesquisa bibliográfica foi utilizada para embasar a análise e a interpretação dos dados.

Assim, além desta introdução, esta tese está organizada da seguinte forma: o primeiro capítulo trata dos procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa; o segundo capítulo apresenta a história do turismo em Foz do Iguaçu baseado em análise de documentos, que incluem relatos de viajantes que ressaltam a beleza das Cataratas do Iguaçu, a dificuldade de acesso para chegar em Foz do Iguaçu, perpassando as décadas do século XX em que contextualiza-se como o turismo foi desenvolvendo-se, até apresentar discussões sobre o turismo na era digital.

O terceiro capítulo apresenta discussões e análises sobre a instituição das políticas públicas de turismo no Brasil, relacionando com o lazer e os hábitos de consumo dos turistas em cada período, refletindo acerca do planejamento

participativo como método, além dos benefícios do desenvolvimento do turismo cultural para a valorização da cultura e da identidade e para a preservação do patrimônio ambiental, cultural material e imaterial, fomentando o aumento do sentimento de pertencimento dos moradores, além de proporcionar experiências mais ricas para os turistas.

O quarto capítulo refere-se à análise documental realizada neste estudo, apresentando os documentos analisados em formato temporal fazendo uma triangulação dos dados ao contrastar as políticas públicas de turismo federais com os documentos, planos e propostas apresentados na esfera municipal, com o objetivo de responder às problemáticas de pesquisa apresentadas.

Por fim, nas considerações finais são apresentados os resultados finais da pesquisa, se os objetivos foram atingidos, limitações da pesquisa e sugestões de novos desdobramentos não alcançados pela pesquisa realizada.

CAPÍTULO 1 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para Panosso Netto (2011) houve um consenso entre os estudiosos da área em que o turismo moderno, organizado como se vê atualmente com adequações físicas e instalações mais apropriadas para atendimento das necessidades dos viajantes, surgiu na virada do século XVIII para o século XIX, mais especificamente na segunda Revolução Industrial. O surgimento do turismo teve como uma de suas motivações o desenvolvimento comercial na Europa a partir do século XVII, quando se verifica a distinção formal entre tempo de trabalho e tempo livre.

Há consonância, igualmente, entre os pesquisadores da área de turismo que este invariavelmente se constitui desde o início pelo caráter positivista que acometeu a ciência desde o seu surgimento. Ou seja, o Positivismo suplantou o misticismo, as crenças religiosas e o senso comum para a explicação dos mais diversos fenômenos que imperavam até o século XVIII. Com o Iluminismo o homem passou a ser responsável por si próprio, passando a valorizar o método científico como ideal de progresso, tendo assim criado as mais variadas disciplinas.

Todavia, seja em estudos científicos ou na literatura, o ser humano, por diversas vezes tem apontado um lado mais obscuro do destaque que a ciência tem ocupado na história da humanidade. Dostoiévski (2003) no conto "O sonho de um homem ridículo" descreve uma viagem do personagem principal, em seu sonho, a um paraíso perfeito, diferente da terra. O personagem ao ter contato com os moradores deste paraíso, em que ainda não detinham a ciência, age como a serpente do pecado original. A partir daí, culpa a si mesmo por corromper o paraíso, que condiz com as consequências do conhecimento científico, em que o ser humano passa a subjugar a natureza e os animais, dando lugar à crueldade.

A partir da ciência criaram-se os estados nacionais, diferentes línguas e o patriotismo que levou tanto a alianças, bem como acusações, à individualidade e à maldade. Os homens ao tornarem-se criminosos, tiveram que inventar a justiça, mas não foi possível deter a maldade, resultando desta a guilhotina, a escravidão e as guerras (DOSTOIÉVSKI, 2003).

Ao fim do sonho, o homem que se achava ridículo alcançou a redenção e em oposição ao passo que estava prestes a dar, que era tirar sua própria vida, recusa o estado de ingenuidade do paraíso perfeito, anterior ao conhecimento científico, pois conclui que uma vez que temos a ciência, é por meio dela que encontraremos um

novo caminho, a “verdade”, porém, desta vez, a ciência será usada conscientemente, colocando a felicidade acima do conhecimento.

Desta forma, apesar de uma faceta obscura da ciência e que o homem tenha se corrompido com o cientificismo, a redenção deu lugar à esperança de um mundo melhor, e se a ciência for usada de forma consciente, quiçá poderá trazer a plena felicidade ao ser humano.

A vivência da felicidade plena é o que encontramos em outra obra literária - a distopia “Admirável Mundo Novo” (1980) de Aldous Huxley. Nesta obra, Huxley descreve uma sociedade em que os seres humanos são fabricados em laboratório e vivem felizes, sem dor, doenças ou velhice devido ao progresso científico.

Em um diálogo entre um alto diretor da sociedade distópica e um ‘selvagem’ - um *outsider* que não vive nesta mesma sociedade e que seria, portanto, o homem moderno, descreve-se como a ciência pode ser censurada e moldada pelas classes dominantes. O diretor classifica as descobertas científicas como potencialmente subversivas e perigosas, sendo necessário tratá-las em alguns casos como um possível inimigo. Classifica a arte e a ciência como incompatíveis com a felicidade e, sendo assim, ressalta ser substancial manter a ciência acorrentada e amordaçada (HUXLEY, 1980).

Percebe-se que a ciência é trazida ao debate, e ora é recriminada, ora é endeusada desde a sua origem. O que não se pode negar é que ela tem moldado os caminhos das sociedades modernas, seja no berço em que nasceu ou nas periferias.

Dussel (1992) ressalta que a primeira periferia moderna europeia seria a América Latina, o que se mostra condizente com a Teoria do Sistema Mundo de Immanuel Wallerstein, que assinala a dependência e subdesenvolvimento inclusive na atualidade, sendo que o povo latino-americano tem sofrido desde a sua origem um processo constitutivo de modernização.

Gonzáles Stephan (1996) identifica três práticas disciplinares que contribuíram para forjar os cidadãos latino-americanos do século XIX: as constituições, os manuais de urbanidade e as gramáticas do idioma. Estes mecanismos serviram para regulamentar a conduta e estabelecer fronteiras e limites. A legitimação desse processo se deu pelas ciências sociais que ensinaram e ensinam as “leis” que governam a economia, a sociedade, a política, a história, ou seja, o que deve ser aprendido pelo cidadão moderno, criando representações em um processo de

produção material e simbólico que acometeu as sociedades ocidentais a partir do século XVI.

Exemplo dessas fronteiras, que na inauguração da Era do Cientificismo era muito menos porosa, é o revestimento do método científico por formulações matemáticas, como afirma Severino:

E esse conhecimento dos fenômenos, por sua vez, limitava-se à expressão de uma relação funcional de causa a efeito que só podia ser medida com uma função matemática. Por isso, toda lei científica revestia-se de uma formulação matemática, exprimindo uma relação quantitativa. Daí a característica original do método científico ser sua configuração experimental-matemática (SEVERINO, 2007, p. 118).

O historiador Yuval Harari (2011) ao abordar a revolução científica em sua obra "Sapiens: uma breve história da humanidade" ressalta como o surgimento da estatística, ramo da matemática, se desenvolveu para tratar de temas mais complexos da realidade. O autor conta que no ano de 1744 dois clérigos presbiterianos escoceses propuseram-se a criar um fundo de seguro de vida para amparar, em formato de pensões, viúvas e órfãos quando do falecimento de seus maridos clérigos. Estes clérigos contrataram o professor de matemática da Universidade de Edimburgo, Colin Maclaurin, que se baseou em estudos do campo da estatística e da probabilidade.

Embora não fosse possível prever a morte de uma pessoa específica, com a estatística era possível prever a probabilidade de quantos pastores presbiterianos morreriam na Escócia no ano seguinte. Desta forma, com base em dados publicados de nascimentos e óbitos, concluiu-se com o estudo, as médias de pastores presbiterianos escoceses, mortes de pastores por ano, quantidades destes que morreriam e deixariam viúvas, a quantidade destes que deixariam filhos órfãos e quantos deixariam filhos de casamentos anteriores menores de 16 anos de idade. Com isso, foi possível calcular o tempo que as viúvas levariam para casar novamente, não necessitando mais de pensão.

Após estes cálculos, os clérigos puderam determinar a contribuição necessária que deveria ser paga para garantir as pensões futuras no caso de suas mortes, e em 1765, ao avaliar o fundo de pensão, concluiu-se que os cálculos foram incontestavelmente precisos e hoje este fundo transformou-se em uma das maiores empresas de seguros e pensões do mundo (HARARI, 2011). Este exemplo sublinha

a importância dada ao cientificismo e, principalmente aos modelos probabilísticos, utilizado em ciências sociais e naturais.

Encontra-se em Groulx (2008) a consequência da centralidade da pesquisa quantitativa, em que o autor ressalta que a pesquisa qualitativa e a pesquisa social por muito tempo ficaram relegadas a seus próprios campos e definidas como auxiliares ou marginais, inserindo-se “em relações geralmente conflitantes com outras práticas consideradas como dominantes e mais legítimas”, contribuindo para a construção da oposição entre pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa. (GROULX, 2008, p. 95).

Porém, diversas críticas recaem sobre os métodos quantitativos quando aplicado a todas as ciências, inclusive quando se pretende conhecer também o mundo humano:

Mas logo os cientistas se deram conta de que o conhecimento desse mundo humano não podia reduzir-se, impunemente, a esses parâmetros e critérios. Quando o homem era considerado como sujeito puramente natural, seu conhecimento deixava escapar importantes aspectos relacionados com sua condição específica de sujeito, mas, para garantir essa especificidade, o método experimental-matemático era ineficaz. (SEVERINO, 2007, p. 118).

Pombo (2008) concorda que o modelo analítico criado com o surgimento da ciência se mostra ineficiente atualmente e acrescenta que tal modelo parte do princípio de que há um conjunto determinado de elementos constituintes e que apenas analisando cada um destes elementos é que se poderia reconstituir o todo, caracterizando-se como uma visão fragmentada e positivista.

Richardson (1999) ressalta que os estudos que utilizam uma metodologia qualitativa permitem retratar a complexidade de determinado problema, investigar a relação entre certas variáveis, compreender e descrever processos dinâmicos vividos por grupos sociais para apreender as particularidades do comportamento dos sujeitos. Gerhardt e Silveira (2008, p.32) corroboram que a utilização da pesquisa qualitativa possibilita centrar na “compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais”.

Creswell (2010) assinala que a investigação qualitativa utiliza diferentes concepções filosóficas, estratégias de investigação, métodos de coleta e análise de dados e se diferencia da pesquisa quantitativa por basear-se em dados textuais e de imagem, não apenas numéricos, possibilitando abordar temas complexos, como ressalta Richardson (1999), que cita que objetos de estudos de ciências sociais como

o racismo, fica mais complicado usar métodos quantitativos para comparar se um grupo é mais ou menos racista que outro, por exemplo:

O desejo de quantificar a todo custo tem levado as Ciências Sociais a investigarem algo que se quantifica mais facilmente, aumentando o número de pesquisas que, ao desprezarem elementos qualitativos, apresentam pobreza de resultados. Isto, necessariamente, não quer dizer que a pesquisa quantitativa seja inútil. Significa, simplesmente, que há domínios quantificáveis e outros qualificáveis. A prioridade depende da natureza do fenômeno analisado e do material que os métodos permitem coletar (RICHARDSON, 1999, p. 82).

Desta forma, concorda-se com Poupart (2008) que salienta que este formato de pesquisa atualmente é praticado em diferentes contextos e “abrange uma pluralidade de pontos de vista epistemológicos e teóricos e pressupõe uma grande variedade de técnicas, sem contar a própria multiplicidade de objetos pesquisados” (POUPART, 2008, p. 32), como é o caso de temas complexos como o turismo e principalmente a investigação sobre fatos do passado, que podem ser melhor explorados ao adotar a pesquisa qualitativa.

A complexidade do fenômeno turístico é outro fator apontado pelos estudiosos da área, tendo seus estudos se baseados na teoria sistêmica, tornando-se este um paradigma das pesquisas em turismo no Brasil.

Para Panosso Netto (2011) a Teoria Geral de Sistemas (TGS) teve um dos precursores o biólogo alemão Ludwig Von Bertalanffy com a obra Teoria Geral dos Sistemas (1968) onde afirmava que os seres vivos deveriam ser estudados com base em um conjunto de elementos relacionados – como um sistema. Bertalanffy criticava o conhecimento compartimentado e propôs uma ciência que se utilizasse da totalidade e da integridade das coisas, desconsiderando que uma unidade seja apenas a soma de determinadas partes. Para este autor, os elementos e suas inter-relações deveriam ser estudados para compreender como estes componentes estão conectados à totalidade.

A abordagem reducionista que as ciências estavam acometidas deveria ser rompida segundo Bertalanffy, abrindo caminho para uma nova ciência, distinta daquela observada por ele – fragmentada em diversas disciplinas que por sua vez geram ainda mais subdisciplinas e que não promove a integração entre pesquisadores e cientistas de “casulos” diferentes (BERTALANFFY, 2010).

Esta visão fragmentada da ciência tornou-se um paradigma dominante, criador das disciplinas que atualmente se mostra não dar conta de explicar a complexidade dos fenômenos atuais da natureza ou da sociedade, como é o caso do turismo.

A TGS aplicada aos estudos do turismo foi e tem sido uma abordagem para explicar este fenômeno que possui diversas facetas e interfaces que, paradoxalmente promove e sofre interferências de diversas áreas, campos de atuação e ciências, diferente do passado positivista e simplificador, quando era considerado por muitos autores apenas como uma atividade econômica.

Panosso Netto (2011) afirma que desde as primeiras publicações sobre turismo, esta atividade era vista de duas formas: a econômica e a social, sendo desfeita esta separação em 1942 com a publicação do trabalho "Tratado de uma Teoria Geral de Turismo" de Hunziker e Krapf, que defendiam que o turismo não só é um fenômeno socioeconômico, como deve ser estudado pelas mais diferentes disciplinas científicas, o que demonstra uma abertura para um novo formato para refletir sobre os estudos do turismo.

Esta mudança conceitual sobre os estudos do turismo apresenta indícios da complexidade do fenômeno turístico. Para Moesch (2000) o turismo vai além de "uma indústria de serviços, é fenômeno com base cultural, com herança histórica, meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais" (MOESCH, 2000, p.20).

Um caminho para o estudo do turismo considerando os diversos aspectos que o compõem, tais como culturais, sociais, ambientais e econômicos é a interdisciplinaridade, uma vez que diversas áreas como a economia, administração, psicologia, direito, sociologia, antropologia, geografia e outras podem trazer relevantes e imprescindíveis contribuições para compreender este fenômeno complexo, pois mais do que a prestação de serviços, o turismo envolve expectativas do ser humano, desde o planejamento da viagem até a concretização desta quando da chegada do visitante ao local de destino planejado e idealizado.

A interdisciplinaridade tem se destacado atualmente, fazendo parte de discussões acadêmicas e científicas quando se teoriza sobre o avanço do conhecimento, sobretudo, como uma forma de produção de conhecimento alternativa e complementar ao modo disciplinar do pensamento.

No entanto, deve-se levar em conta que interdisciplinaridade não é interposição ou junção de conhecimentos ou especialistas diversos e sim a soma de

conhecimentos para refletir sobre determinado objeto de estudo. É uma ponte, é integração de conhecimentos.

Para a Capes (2008) é por meio da interdisciplinaridade que se faz a relação entre os saberes, o encontro entre o teórico e prático, o filosófico e o científico. Um saber que responde aos desafios do saber complexo. Isto se dá em diversos âmbitos, exigindo uma abertura ao diálogo e a cooperação com áreas de conhecimento que talvez jamais seriam imaginadas estudadas de forma conjunta anteriormente.

Ruschmann e Tomelin (2013) afirmam a importância da interdisciplinaridade para os estudos do turismo, principalmente no que concerne a criação dos currículos universitários. Estes autores citam o exemplo da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), que desde a década de 1990 adota um modelo interdisciplinar de currículo no ensino superior no curso de Turismo e Hotelaria. Além da interação entre várias disciplinas, o planejamento didático-pedagógico do curso possui um planejamento anual que inclui um programa de avaliação e desempenho, além de um programa de formação continuada do corpo docente para análise e aperfeiçoamento das práticas didático-pedagógicas, priorizando as discussões e práticas interdisciplinares. Ações como esta contribuem para a formação de profissionais de turismo preparados para transitar de forma ágil entre áreas afins, com perfil ético, responsável e preparado para os desafios da profissão.

Além disso, com estes currículos ampliados e considerando a interdisciplinaridade nos Cursos de Turismo podem ser criadas condições para a formação de profissionais preparados não apenas para atender as necessidades do mercado de forma tecnicista, mas desenvolver criticidade acerca das interferências da atividade turística na sociedade e no meio ambiente, como a consideração da comunidade local no planejamento e processo decisório do desenvolvimento turístico, bem como seus saberes e fazeres.

Utilizar conceitos da sociologia, antropologia, estudos culturais, dentre outros pode ser um caminho para refletir sobre os temas citados acima, o que evidencia mais uma vez a relevância da interdisciplinaridade no estudo do turismo, abrindo espaço para novos formatos de produção de conhecimento.

Lohmann e Panosso Netto (2012) pontuam que uma das vantagens da aplicação de teoria geral de sistemas ao turismo é a possibilidade de separar o sistema turístico de outros sistemas, facilitando sua compreensão de maneira interdisciplinar.

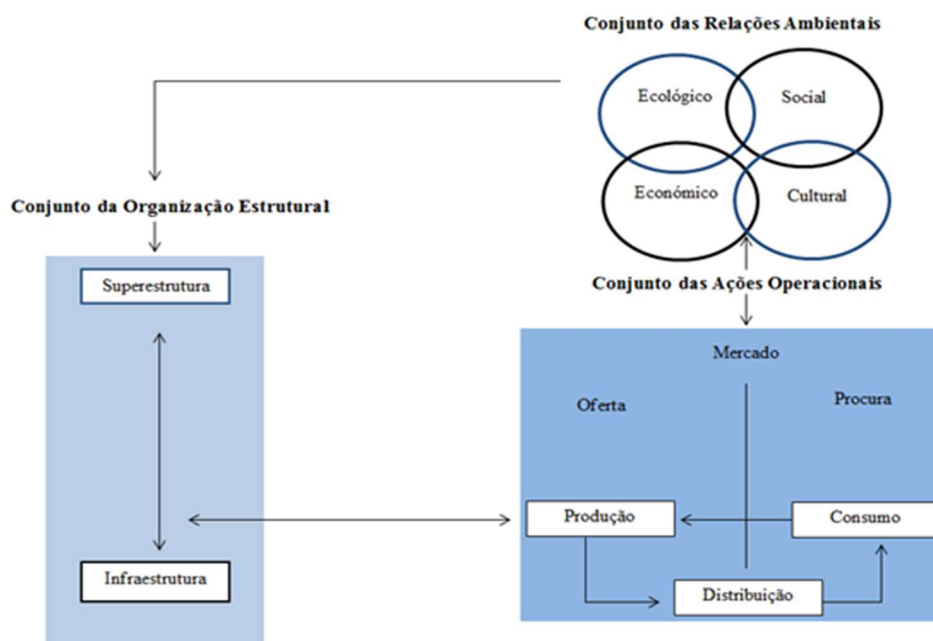
Beni (2000) igualmente relaciona a TGS com a interdisciplinaridade:

A Teoria Geral de Sistemas afirma que cada variável, em um sistema específico, interage com todas as outras variáveis desse sistema e com as de outros sistemas que com ele realizam operações de troca e interação, explicando e desenhando as configurações aproximadas da dinâmica da vida real. O Turismo, na linguagem da Teoria Geral de Sistemas, deve ser considerado um sistema aberto que, conforme definido na estrutura dos sistemas, permite a identificação de suas características básicas, que se tornam os elementos do sistema. Essa abordagem facilita estudos multidisciplinares de aspectos particulares do Turismo, possibilitando assim a realização de análises interdisciplinares a partir de várias perspectivas com ponto de referência comum. (BENI, 2000, p. 44).

O professor e pesquisador Mário Beni baseou-se na TGS ao propor o estudo do turismo como sistema devido à sua complexidade e criou o Sistema de Turismo (SISTUR) para analisar a atividade turística considerando sua abrangência, para pesquisar e identificar os múltiplos componentes do fato e do fenômeno do turismo, suas inter-relações, causas e efeitos.

O SISTUR baseia-se na premissa de que o turismo é um fenômeno que para materializar-se engloba recursos naturais, culturais, econômicos, sociais e humanos. Ou seja, uma complexidade de atividades e atores que se influenciam mutuamente. Para demonstrar a complexidade do turismo e suas inter-relações, Beni criou um modelo empírico para analisar o turismo estruturalmente conforme figura 2.

Figura 2 - SISTUR



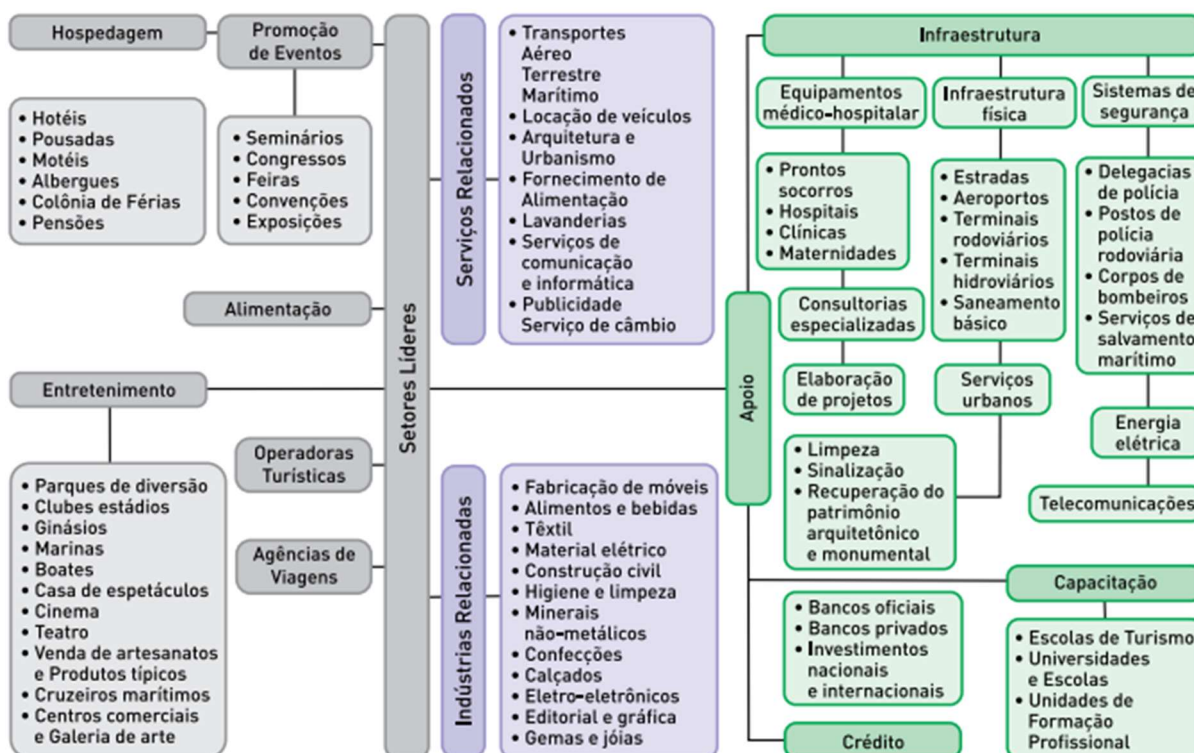
Fonte: Beni (2000, p. 48).

O SISTUR é formado pelos componentes Relações Ambientais, que englobam os subsistemas: Ecológico, Social, Econômico, Cultural; Conjunto da Organização Estrutural que engloba a Superestrutura e Infraestrutura e o Conjunto das Ações Operacionais que englobam a Oferta, a Demanda, a Produção, a Distribuição e o Consumo do produto turístico.

Beni explica que o sistema é fragmentado em componentes apenas para facilitar a análise de informações e para checar se o sistema está funcionando corretamente ou se precisa de correções, mas que não seria de vital importância esta divisão.

A representação da cadeia produtiva do turismo é ilustrativa (figura 3) para compreender a complexidade do turismo, uma vez que esta atividade econômica se compõe de variados setores, sendo necessária uma diversa e complexa gama de envolvidos para que o turismo possa se materializar. De outro lado, a própria cadeia de turismo não considera a comunidade local, como pode ser visto na figura 3.

Figura 3 – Cadeia Produtiva do Turismo



Fonte: Turismo no Brasil: Termo de Referência para a Atualização do Sistema Sebrae (SEBRAE, 2011).

Acredita-se, que ao analisar o turismo de forma sistêmica, como uma das bases teóricas, considerando todos os componentes de forma interdisciplinar, inclusive a comunidade de local, é possível aproximar as discussões de inclusão da perspectiva social – a comunidade local como ator indispensável do planejamento turístico, assim como a consideração dos seus saberes e fazeres.

Assim, pontua-se que a interdisciplinaridade esteve presente no referencial teórico desta tese, recorrendo-se à História, Geografia, Relações Internacionais, Ciências Políticas, dentre outros.

No que se refere à pesquisa de campo, esta caracteriza-se como pesquisa qualitativa, com coleta de dados por meio da pesquisa documental, considerando a perspectiva da Nova História, em que os documentos não são neutros, mas sim produtos da escolha de um grupo, em um dado momento histórico e em determinada situação envolvendo disputas e relações de poder.

Neste sentido, os documentos revelam ideias, o que determinado grupo acredita e almeja alcançar em um processo que influencia não apenas o presente, mas igualmente o futuro, pois “exprime o poder da sociedade do passado sobre a memória e o futuro” (LE GOFF, 2003, p. 10). O conhecimento do passado igualmente é crucial, pois um povo ao não conhecer e reconhecer o seu passado põe em jogo a sua identidade coletiva.

A falta de conhecimento do passado está relacionada com relações de poder, pois tradicionalmente a história do passado privilegia a história de acontecimentos como revoluções, guerras ou mudanças de regime político e isto ocorre devido à manipulação do passado pelas classes dominantes, segundo Jean Chesneaux (LE GOFF, 1984).

Le Goff (1984) cita que Marc Bloch propôs que é necessário ter conhecimento da nossa realidade presente tanto para compreender o passado, quanto usar o passado como referência para compreender o presente. Ou seja, torna-se possível compreender, por meio do conhecimento do passado, a sociedade e as relações sociais no presente - porque somos como somos, por exemplo.

Um dos meios de conhecimento do passado são os documentos. Para Cellard “tudo o que é vestígio do passado, tudo o que serve de testemunho, é considerado como um documento ou “fonte”, como é mais comum dizer atualmente” (CELLARD, 2008, p. 296).

Segundo Le Goff (1984) o documento não é neutro, e sim resulta de uma montagem consciente ou inconsciente do período histórico e da sociedade que o produziu, podendo assim ser ao mesmo tempo falso e ao mesmo tempo verdadeiro devido à roupagem construída com o passar do tempo. Para este mesmo autor, os documentos que evocam o passado e perpetuam-se na memória como uma recordação voluntária ou involuntária são considerados monumentos, posteriormente utilizados por historiadores como prova histórica. (LE GOFF, 1984).

Assim, como os documentos não são neutros e podem conter uma aparência enganadora - uma montagem, é preciso desmontá-lo, "desestruturar sua construção e analisar as condições de produção dos documentos-monumentos", pois os discursos do passado têm objetivos e testemunham uma versão e não outra. Cabe, então, ao pesquisador a habilidade em extrair dos documentos o que eles contêm, sem nada adicioná-los, mantendo-se o mais próximo possível dos textos. (LE GOFF, 1984, p. 95).

Desta forma, é realizada nesta tese a pesquisa documental, caracterizada por escritos que ainda "não receberam um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos de pesquisa." (GIL, 2002, p. 46). Severino (2007) cita que os documentos que podem ser subsidiados como fontes possuem uma grande amplitude, não apenas documentos impressos, incluindo também jornais, fotos, filmes, gravações e documentos legais.

Gil (2002) ressalta que há uma série de vantagens em utilizar a pesquisa documental, sendo a mais relevante a riqueza da fonte e a estabilidade de dados, principalmente quando se trata de pesquisas de natureza histórica. Outros fatores citados são o baixo custo e o não envolvimento de indivíduos que por vezes seria impossível ter acesso.

Há também, em contrapartida, limitações, como a não-representatividade e a subjetividade dos documentos, que podem ser contornadas, no caso da representatividade, ao considerar um grande número de documentos e selecioná-los de forma aleatória; e no caso da subjetividade, pode ser contornado ao considerar os mais diversos encadeamentos relativos aos documentos antes de elaborar conclusões definitivas (GIL, 2002).

Percebe-se que assim como outros tipos de pesquisa, a pesquisa documental requer muitos cuidados, pois tal qual os participantes de uma entrevista são influenciados por aspectos culturais, contexto histórico ou situações específicas, os

documentos igualmente o são. Para garantir o rigor científico, esta pesquisa utilizou a análise documental baseada em critérios científicos descritos em Cellard (2008) considerando a classificação de arquivos utilizados, a natureza do texto, a autenticidade e confiabilidade, autores, contexto em que foram escritos, os conceitos-chaves e a lógica interna do texto.

Soma-se a estes critérios a observância do método indiciário (GINZBURG, 1989) procurando examinar as minúcias – os pormenores mais negligenciáveis. Os princípios do paradigma indiciário são apresentados na obra *Mitos, Emblemas, Sinais: morfologia e história* por Carlo Ginzburg. Para explicar o método indiciário o autor cita o “método morelliano”, do médico italiano Giovanni Morelli que desenvolveu uma técnica para detectar a fidedignidade de pinturas italianas ao observar os traços imperceptíveis de cada artista, como a pintura de detalhes como orelhas, unhas e dedos, em detrimento de características mais evidentes. Assim, o método indiciário igualmente atenta-se aos detalhes – ao marginal, configurando-se uma ferramenta valiosa para demonstrar o centro, mas igualmente as bordas - aquilo que está encoberto, capaz de desconstruir discursos e narrativas, e assim foi feita esta pesquisa.

Para amparar a construção da análise documental foi utilizada a pesquisa bibliográfica em obras de diversas áreas de conhecimento para refletir sobre o objeto de estudo de maneira interdisciplinar, para apresentar reflexões e considerações sobre as temáticas estudadas identificando vestígios discursivos.

No quadro 1 pode ser observado o quadro conceitual metodológico utilizado no decorrer desta tese, da pesquisa bibliográfica à análise documental.

Quadro 1 – Quadro Conceitual de Análise Documental

Etapa Metodológica	Base Teórica	Prática da Pesquisa
Pesquisa Bibliográfica	Fontes primárias e secundárias utilizadas nos capítulos 1, 2 e 3. Os temas abordados foram referentes ao cientificismo, histórico do turismo em Foz do Iguaçu, políticas públicas, políticas públicas de turismo, turismo participativo, turismo cultural, patrimônio cultural, dentre outros.	Envolveu obras já analisadas, bem como obras com registros de viagens, que podem ser classificados como documentos-monumentos.
Pesquisa Documental	Seleção, classificação, natureza e confiabilidade dos documentos	- Documentos públicos disponíveis na Biblioteca de Turismo de Foz do Iguaçu e em pesquisa online. Foram selecionados documentos produzidos na esfera municipal com recorte de 1968 a 2019. - Jornais (Correio Paranaense) - Fotografias (Internet – grupo público da rede social Facebook).
Análise Documental	Considerou os autores que produziram os documentos, o contexto em que foram produzidos e os conceitos-chaves dos textos, buscando vestígios discursivos (GINZBURG, 1989).	Breve descrição dos diagnósticos sobre Foz do Iguaçu em cada documento analisado, com foco nas propostas, com o objetivo de identificar interesses, motivações dos autores, o contexto sócio temporal e o encadeamento - como os argumentos se desenvolveram com o objetivo de analisar as articulações entre o centro e as bordas do Turismo de Foz do Iguaçu e se os saberes e fazeres locais foram (in)excluídos.

Fonte: Elaborado por Welter (2021), baseado em Cellard (2008).

A respeito dos documentos selecionados para análise, estes estavam disponíveis na Biblioteca Pública de Turismo Elfrida Engel, anexa à Biblioteca Municipal de Foz do Iguaçu. Foram solicitados junto ao bibliotecário os documentos relacionados ao planejamento da atividade turística de Foz do Iguaçu, que resultou em 14 (quatorze) documentos físicos, tendo sido selecionados 11 (onze), pois três deles tratavam-se de documentos produzidos na esfera estadual ou federal. Acrescentou-se cinco documentos obtidos por via digital, totalizando 16 documentos, sendo que estes foram analisados em 14 subitens, conforme detalhado a seguir:

- 1) Plano Diretor de Desenvolvimento e Turismo de Foz do Iguaçu (1968);
- 2) Seminário de Turismo de Foz do Iguaçu (1980).
- 3) Dossiê de Foz do Iguaçu/Cartilha Plano Diretor para o Desenvolvimento do Turismo de Foz do Iguaçu (s/d);
- 4) Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado, volumes I, II e III (1992);
- 5) Plano de Desenvolvimento do Turismo de Foz do Iguaçu (1994);
- 6) Programa de Conscientização Turística da FOZTUR/Ações desenvolvidas pela Prefeitura de Foz do Iguaçu (1995);
- 7) Apostila da FOZTUR/Programa de Conscientização Turística (s/d);
- 8) Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Foz do Iguaçu (1996);
- 9) A retomada do Desenvolvimento de Foz do Iguaçu, ACIFI (s/d).
- 10) Lei complementar nº 115/2006 que criou o Plano Diretor de Foz do Iguaçu;
- 11) Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (2011);
- 12) Política Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu (2014);
- 13) Relatórios das Conferências Municipais de Turismo de Foz do Iguaçu (2012/2014/2016);
- 14) Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado Sustentável (2016), volumes I, II e III;

A partir da seleção dos documentos, estes foram lidos, fichados e, posteriormente analisados de acordo com os indícios que apresentavam para realizar uma interpretação coerente levando em consideração a problemática desta tese, incluindo a construção, desconstrução e posterior reconstrução dos dados (CELLARD, 2008), para responder se os saberes e fazeres locais foram incluídos ou excluídos do planejamento do desenvolvimento turístico de Foz do Iguaçu ao longo dos anos ou se houve um processo instituído entre “centro” e bordas”. Neste processo, buscou-se descobrir conexões, similaridades, discrepâncias e diferenças capazes de levar a uma reconstrução verossímil e fidedigna.

Desta forma, reafirma-se novamente que o documento não é apenas um vestígio do passado, mas o produto da sociedade que o fabricou segundo as relações de forças que aí detinham o poder. Só a “análise do documento enquanto documento permite à memória colectiva recuperá-lo e ao historiador usá-lo cientificamente” (LE GOFF, 1984, p. 102).

CAPÍTULO 2 – HISTÓRIA DO TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU

Foz do Iguaçu está localizada no extremo-oeste do estado do Paraná, em um território fronteiriço deveras singular. Apesar de não ser a única tríplice fronteira no Brasil (há nove ao total), Foz do Iguaçu está localizada em uma das fronteiras mais populares, com interesse midiático, acadêmico e científico, além de novos moradores que a escolhem como lar e turistas que viajam de vários lugares do Brasil e do mundo para conhecer seus atrativos turísticos.

Isto se expressa através dos números positivos do turismo, tendo recebido no ano de 2018 mais de 1,8 milhão de visitantes, segundo dados de visitação do Parque Nacional do Iguaçu (SETURFOZ, 2019⁶), principal indicativo da demanda turística do município, o que se caracteriza como um fenômeno positivo, porém, recente.

O número de turistas no destino de Foz do Iguaçu geralmente apresentou aumento ao longo dos anos, tendo no início da década de 1980 apresentado entre 400 e 875 mil visitantes (1983-1985), ultrapassado 1 milhão de visitantes em 1986 e 1987. Entre 1988 a 2004 voltou a ficar abaixo dessa marca, e, a partir de 2007 até 2015 manteve a marca, permanecendo a partir de 2005 acima de 1 milhão de visitantes anuais novamente, com exceção de 2006 (SETURFOZ 2016⁷).

Estas oscilações devem-se a principalmente a fatores exógenos, como crises políticas ou econômicas que afetam o poder de compra, crises sanitárias como o caso de pandemias que impedem o fluxo de turistas, aglomerações ou aumentam as regras e vigilância sanitária em localidade turísticas, bem como endógenos que está relacionada à própria competitividade com entre destinações turísticas, em que determinados destinos podem se tornar mais procurados que outros, contribuindo para a baixa dos fluxos turísticos⁸.

⁶ Dados disponíveis no website da Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu, no documento "NÚMERO TOTAL DE VISITANTES - 2018 Principais Atrativos Turísticos e Portões de Entrada (Aeroporto e Rodoviária) de Foz do Iguaçu". Disponível em: <http://www.pmfi.pr.gov.br/turismo/%3bjsessionid%3d484723d8a1674ee95768869c372f?idMenu=736>. Acesso em 24 Jan. 2021.

⁷ Os dados completos podem ser consultados em: FOZ DO IGUAÇU (2016). Inventário Técnico de Estatísticas Turísticas. Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu – Secretaria Municipal de Turismo.

⁸ Estas mudanças não devem ser confundidas com a sazonalidade turística anual que ocorre com o setor turístico. Esta caracteriza-se pela não regularidade dos fluxos turísticos, podendo ser subdivididos em baixa estação – período em que há pouco fluxo de turistas em uma localidade; média estação – período em que há uma quantidade razoável de turistas em uma localidade e que ainda não lote a sua capacidade; e alta estação – período em que há um fluxo intenso de turistas em uma localidade (MOTA, 2011). Segundo a mesma autora, as variáveis que podem contribuir para a

Um fator específico que pode contribuir para a sazonalidade e consequentemente para o aumento do fluxo turístico em uma localidade são as redes sociais, em que pessoas ao visitarem uma cidade ou determinado destino ou atrativo turístico e ao veicularem imagens, vídeos, depoimentos ou *lives* instantâneas - experiências que há algumas décadas eram compartilhadas apenas no retorno da viagem por meio de fotos ou relatos - podem instigar novas pessoas a visitarem um determinado destino ou atrativo turístico, haja vista a centralidade que ocupam as redes sociais no cotidiano das pessoas atualmente, que será discutido no final deste subitem.

Fato semelhante pode ter ocorrido com àqueles que tiveram contato com os primeiros relatos de viagem feitos no século XVI pelos primeiros europeus que passaram por este território onde hoje fica localizada Foz do Iguaçu. O formato era diferente do atual, todavia, ao ler sobre as belezas dos saltos de Santa Maria (hoje denominadas Cataratas do Iguaçu) pode ter instigado muitos a virem para este território. Alguns destes relatos são discutidos neste primeiro subitem, em que se pode observar belezas, mas igualmente, dificuldades, disputas e construções discursivas sobre este território e seus habitantes.

Além deste primeiro subitem que trata de um primeiro olhar para o turismo em Foz do Iguaçu, este capítulo igualmente abordará fatos históricos relevantes para refletir sobre como Foz do Iguaçu foi se constituindo como uma cidade atrativa de fluxos turísticos ao longo do tempo, conforme ilustrado na figura 4.

ocorrência da sazonalidade são as férias escolares ou dos trabalhadores, poder aquisitivo ou concentração espaço-temporal.

Figura 4 – Ilustração da História do Turismo de Foz do Iguaçu



Fonte: Welter (2021).

Assim, neste capítulo serão apresentados cada período da história do turismo de Foz do Iguaçu, iniciando pelo primeiro olhar para o turismo ainda no século XVI.

2.1. DAS BELEZAS DO SALTO DE SANTA MARIA À INSTITUIÇÃO DA COLÔNIA MILITAR: um primeiro olhar para o turismo em Foz do Iguaçu

A visualização dos saltos de Santa Maria era esplendorosa, mas não era acessado de forma facilitada por aqueles que tinham a possibilidade de concretizar o desejo de visitá-las, pois vários percalços eram passados para chegar ao território em que atualmente está localizado o município de Foz do Iguaçu, devido à dificuldade de deslocamento para este território, sendo necessário enfrentar diversos dias de viagem, majoritariamente pela via fluvial.

Apesar do deslocamento dificultoso não significa que este território não era habitado, pois aqui havia povos indígenas, que segundo Melià (2011) tinham uma relação mais estreita com o meio ambiente, pois tinham um modo de vida peculiar em que viviam e sentiam o território.

O primeiro registro de viagem que cita as Cataratas do Iguaçu ocorreu em 1542, em que o espanhol Álvaro Núñez Cabeza de Vaca, comandante de expedições que saiu do litoral brasileiro (onde hoje é o estado de Santa Catarina) e que tinha o objetivo de chegar ao Paraguai. Depois de alguns dias marchando para o sul, chegou

às margens do rio Iguaçu em 14 de Janeiro de 1542 com o auxílio de indígenas guaranis (LIMA FIGUEIREDO, 1937).

Na obra Cabeza de Vaca, Markun (2009) corrobora o auxílio prestado pelos guaranis, que ao se encontrarem com as tropas de Cabeza de Vaca, passaram a coordenada de que era preciso seguir o rio Paraná até o encontro com o rio Paraguai para se chegar ao objetivo destes expedicionários - o Rio da Prata em Assunção. Segundo o relato de Cabeza de Vaca, descritos na obra de Markun (2009), a viagem em pouco tempo ficou emocionante devido às correntezas do rio:

[...] ao descer o rio chamado Iguaçu, a correnteza era tão grande que as canoas corriam com muita fúria: por causa disso, muito próximo de onde se embarcou, o rio dava um salto por um despenhadeiro altíssimo e a queda-d'água tinha um baque tão forte que de longe se ouvia; como a espuma que caía com muita força, espirrava e subia alto (MARKUN, 2009, p.157)

Este relato demonstra as forças da natureza e as belezas que se seguiram com as quedas que hoje são chamadas de Cataratas do Iguaçu que encantaram Cabeza de Vaca e sua tropa, que devem ter tido vista semelhante à figura 5.

Figura 5 - Cataratas do Iguaçu



Fonte: Grupo Foz do Iguaçu e Cataratas Memórias e Fotos Atuais no Facebook⁹.

Devem ter havido outros relatos de viajantes do período das grandes navegações empreendidas com o intuito de descobrir novos territórios e saquear suas

⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/fozdoiguacufotos/posts/3972669116180127>. Acesso em 16 de ago. de 2021.

riquezas, porém, nesta pesquisa encontraram-se registros apenas no final do século XIX, o que denota uma lacuna temporal por falta de registros ou falta de divulgação. O fato é que durante três séculos, pouco ocorreu em termos de desenvolvimento - industrialização - se comparado com o continente europeu, pois foi a partir de mão-de-obra escrava e riquezas do continente sul-americano que muitos países imperialistas conquistaram suas fortunas.

Isto se confirma em Steca e Flores (2002) que ressaltam que as missões jesuíticas e disputas entre espanhóis e portugueses por território representou o saque de riquezas, sequestro de mulheres, violação cultural e utilização da mão-de-obra indígena em trabalho sem remuneração para a conquista de mais tribos. Estes fatos causaram cicatrizes em diversos recantos do Brasil, o que não foi diferente com o território que atualmente é Foz do Iguaçu, ocorrido entre os séculos XVI e XVII.

Este capítulo da história ficou marcado pela ligação que o Estado espanhol tinha com a Igreja, pois assim como a Espanha tinha pretensão de anexar mais territórios, a Igreja Católica também tinha o objetivo de promover a fé além-mar para conter o protestantismo, não se limitando apenas à Europa, mas igualmente em suas colônias. Este era o caso de onde atualmente é o estado do Paraná, a oeste de Paranaguá, considerado território espanhol, firmado com o Tratado de Tordesilhas em 1494 entre Portugal e Espanha (PARELLADA, 2009) e estabelecia que “o Tratado de Tordesilhas definia que mais de 90% do atual território do Estado do Paraná pertencia à Coroa Espanhola” (MARTINS, 2010, p. 66).

As definições do Tratado foram cumpridas até certo ponto, uma vez que a Igreja Católica começou seu projeto colonizatório, enviando missionários para catequizar novos fiéis - a chamada Companhia de Jesus ou a Ordem dos Jesuítas, criada em 1534, tendo chegado os primeiros missionários ao Brasil em 1549 liderados por Manuel de Nóbrega (SANTOS, 2005).

De acordo com a arqueóloga Cláudia Parellada (2009) no oeste-paranaense, conhecido como Guairá, os primeiros padres jesuítas chegaram em 1588 e passaram a atender espanhóis e indígenas, realizando batismos e a pregação do evangelho através do deslocamento à cada aldeia indígena. Este tipo de missão móvel provou-se ineficiente, tendo sido construídos então, aldeamentos para a evangelização, ensino de músicas e o manuseio de instrumentos não-locais, além do trabalho na agricultura e na lavoura. Estes espaços ficaram então conhecidos como reduções jesuíticas.

Os religiosos objetivavam aumentar cada vez mais a conversão de almas indígenas e, de outro lado, os espanhóis tinham planos mais ambiciosos, como a servidão e a escravidão dos povos nativos, pois “o conquistador não vinha para catequizar, converter ao cristianismo, mas para obter riquezas. O eldorado seria o depósito, sobretudo de ouro e prata, de pedras preciosas” (IGLESIAS, 1992, p. 28).

Não demorou muito para que o Tratado de Tordesilhas não fosse cumprido de ambos os lados, culminando na escravidão de milhares de indígenas, inclusive os que habitavam toda a porção ocidental do atual território brasileiro em que atualmente é o oeste do Paraná (STECA; FLORES, 2002).

Este conflito de interesses ocorreu no território paranaense entre as primeiras três décadas do século XVII, e os portugueses, em vez de frear o processo de captura de mão-de-obra escrava, a intensificaram ainda mais culminando na destruição das missões jesuíticas. Segundo Colodel (1988) os jesuítas foram atacados violentamente pelas expedições portuguesas, testemunhando a devastação de suas reduções em um ritmo vertiginoso, em um espaço de tempo de apenas quatro anos, entre 1629 e 1632 e “dos quarenta mil índios aldeados na Província do Guairá, restavam somente doze mil em 1631!” (COLODEL, 1988, p. 33).

Após a destruição das missões jesuíticas restaram apenas ruínas. Muitos índios guaranis foram assassinados ou escravizados e outros fugiram para locais distantes cada vez mais para o interior. Verifica-se após este período, um grande esvaziamento do território em que atualmente se encontra Foz do Iguaçu.

Em 1750 foi firmado o Tratado de Madri que estabeleceu novos limites territoriais das possessões espanhola e portuguesa, ficando o oeste paraense instituído como território português, sendo o Rio Paraná a fronteira natural. Porém, o esvaziamento do território permaneceu, uma vez que a escravidão indígena era um dos principais interesses e motivo de disputa entre portugueses e espanhóis.

Parellada (2009) destaca este esvaziamento após a destruição das missões jesuíticas no Guairá:

As próximas notícias sobre Villa Rica¹⁰ são de 1770, quando o governador de São Paulo, D. Luís Mourão enviou uma expedição ao Paraná, comandada por Francisco Lopes da Silva, que percebeu a impossibilidade de fixação de colonos naquele local. Depois desta tentativa, somente houve a efetiva fixação de colonos e a fundação de cidades naquelas circunvizinhanças a partir da metade do século XX (PARELLADA, 2009, p.77).

¹⁰ Primeira vila espanhola do Guairá, fundada em 1554.

Registra-se de 1864 a 1870 outro capítulo que deixou profundas cicatrizes neste território – a Guerra da Tríplice Aliança, também conhecida como Guerra do Paraguai ou até mesmo “Guerra contra o Paraguai”, pelo fato de o Brasil, a Argentina e o Uruguai terem se aliado contra o Paraguai. Segundo Doratioto (2002) a guerra se deu devido à contradições platinas, tendo como última razão a consolidação dos Estados nacionais na região, cada qual com suas motivações. Para o Brasil esta não era desejada e pensou-se que a vitória brasileira seria rápida, colocando fim ao conflito fronteiriço entre os dois países e às ameaças à livre navegação, além de depor Solano López.

O saldo da Guerra significou para o Paraguai a perda de disputas territoriais com os países vizinhos, a destruição do Estado e da economia, além da perda de vidas. Sobre este último, ressalta-se que estes números são disputados, mas estima-se que seria de 8,7% a 69% da população paraguaia morreu (DORATIOTO, 2002).

Percebe-se, desta maneira, que com as condições existentes até este período, não havia possibilidade de haver turismo como o conhecemos e conceituamos atualmente, sendo esta, uma atividade fruto da modernidade. Apenas a partir do ‘desenvolvimento’ do Oeste-paraense é que o turismo surge como uma atividade econômica para Foz do Iguaçu.

Gregory (2002) ressalta que o oeste do Paraná permaneceu até recentemente à margem da economia e da sociedade brasileira, passando a receber atenção a partir da instituição das colônias militares no final do século XIX, que tinham como objetivo ocupar as fronteiras brasileiras para salvaguardar a soberania nacional.

Além da ocupação do território em si, havia a preocupação da unificação do idioma e da moeda, pois segundo Lima Figueiredo em seus escritos na obra *Oeste Paranaense* (1937) havia uma grande diversidade linguística em Foz do Iguaçu no início do século XX: “são faladas várias línguas: o português, o castelhano, o guarani e o alemão. [...] Os sermões são pregados em três línguas: o guarani, o castelhano e o português, havendo predicas¹¹ em alemão e polonês” (LIMA FIGUEIREDO, 1937, p. 87-88).

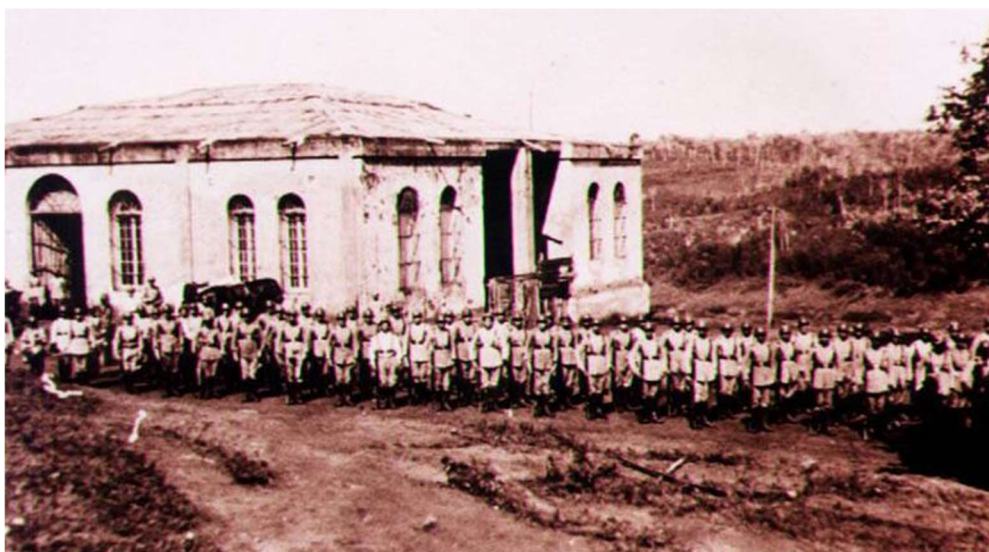
A diversidade étnica está presente igualmente nos relatos de José Maria de Brito (1977) que ressalta que havia 324 pessoas de diferentes nacionalidades

¹¹ Sermão, discurso.

morando neste território, sendo 212 paraguaios, 95 argentinos, nove brasileiros, cinco franceses, dois espanhóis e um inglês.

Neste período, segundo Myskiw (2011), a população de Foz do Iguaçu sobrevivia da exploração da erva-mate e da madeira - um extrativismo desenfreado de produtos nativos realizado por brasileiros, mas principalmente por estrangeiros, sendo estes os principais motivos da constituição da Colônia Militar de Foz do Iguaçu em 1889.

Figura 6 - Colônia Militar de Foz do Iguaçu



Fonte: Grupo Foz do Iguaçu e Cataratas Memórias e Fotos Atuais no Facebook¹²

A chegada da Colônia Militar causou uma ruptura no cotidiano de quem vivia neste território, pois em pouco tempo os militares encontraram inúmeros portos clandestinos às margens do rio Paraná e foram determinadas medidas proibitivas sobre a exploração da erva-mate e madeira, gerando conflitos entre moradores e militares (MYSKIW, 2011).

Porém, estes não foram os únicos desafios enfrentados durante a constituição da Colônia Militar de Foz do Iguaçu, houve também diversas disputas relacionadas às terras, como falta de demarcação de terrenos e falta de expedição de documentação. E, sem garantias de posse de terras, houve abandono da atividade agrícola e pastoril por colonos, o que resultou no envolvimento destes com a extração da erva-mate e madeira.

¹² Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/fozdoiaguacufotos/posts/3469005929879784>. Acesso em 16 de ago. de 2021.

Além disso, Foz do Iguaçu era isolada geograficamente dos centros urbanos brasileiros, sendo que o núcleo urbano mais próximo era Guarapuava, em que demorava mais de 30 dias para percorrer as picadas existentes, que inclusive exigiam muita manutenção, pois em pouco tempo era tomada pelo mato novamente. Muricy (1896) relata a dificuldade de locomoção a Foz do Iguaçu em uma viagem que fez em 1892:

Será extenso e por demais fastidioso enumerar as peripecias d'esta viagem á Foz do Iguassú. [...] Quasi que toda a viagem foi feita debaixo de chuva, que tornava os caminhos, que já não são bons, horrorosos. D' ahi o cançar quasi toda a tropa, a ponto de serem os tropeiros obrigados a viajar a pé, para porem cangalha nos animaes que montavam. Levamos 34 dias para atravessar o sertão. Os generos que levavamos acabaram-se e fomos obrigados a lançar mão da farinha que ia para a colonia, e comiamos com palmito de gissara, a que chamam palmito molle (MURICY, 1896, p. 18).

Outra forma de chegar à Foz do Iguaçu era pelo rio Paraná e a navegação era totalmente controlada por empresas argentinas e paraguaias que exploravam os recursos naturais da região (STECA; FLORES, 2002).

Esta precariedade dificultava a comunicação, transporte de suprimentos básicos, medicamentos e até mesmo a falta de recursos financeiros para pagamento de salários dos militares. Estes fatores mencionados limitaram o crescimento da Colônia Militar, contribuindo para a dependência dos militares e moradores dos negociantes e ervateiros argentinos.

Segundo Lima (2010) quase toda a mercadoria consumida em Foz do Iguaçu era proveniente da Argentina, desde alimentos, bebidas, móveis, vestuário, etc. Não havia fiscalização nos portos onde os barcos atracavam e as mercadorias eram comercializadas livremente. A influência argentina era tão grande que a moeda utilizada neste território era o peso argentino e o idioma predominante era o espanhol.

Destaca-se neste período a inauguração dos marcos das Três Fronteiras brasileiro e argentino em 1903 (MARTINS, 2010), construídos com objetivos geopolíticos - para demarcar a fronteira entre os dois países, tendo como limite o rio Iguaçu e, que posteriormente veio a tornar-se um importante atrativo turístico para Foz do Iguaçu.

Ritt (2011) cita um relato de Silveira Netto, escriturário e inspetor em Curitiba, que foi designado para instalar a Mesa de Rendas do Ministério da Fazenda na Colônia Militar de Foz do Iguaçu. Em 1905 Silveira Netto e sua família chegam a Foz do Iguaçu e este relata as condições encontradas:

Ao chegarmos, em 1905, a feição característica da Colônia era mais de uma povoação estrangeira; raro, o dinheiro nacional quando aparecia era mais como um hóspede, prevalecendo, no comércio local, para todos os efeitos, o peso papel argentino. (RITT, 2011, p. 124-125 *apud* SILVEIRA NETTO, 1995, p. 45-46).

Muricy (1896) igualmente ressalta que os alimentos consumidos em Foz do Iguaçu vinham da Argentina e que não eram de boa qualidade, além de serem caros:

Os generos fornecidos não eram bons e a carne seca que vinha de Posadas (cidade argentina) coberta de uma camada branca de bolor, continha além de ossos de costella, todas as vértebras, buxo, lingua, beiços, etc [...] O dinheiro brasileiro valia muito menos que o dinheiro argentino e paraguay. (MURICY, 1896, p. 20).

Para superar estas dificuldades Muricy (1896) recomendou que fosse providenciada a aquisição de embarcações para que ocorresse a ligação entre as colônias Iguassú e Xopim, para que uma auxiliasse a outra. A este respeito, cita que um empreendedor já estava se preparando para esta exploração, tendo segundo nota explicativa na data da publicação deste mesmo relato de viagem, sido construída 15 léguas de estrada para interligar as duas colônias, o equivalente a 72 quilômetros:

Quando chegamos á colonia do Iguassú, encontramos o seu esforçado e emprehendedor vice diretor alferes Edmundo F. Xavier de Barros, preparando-se para fazer a exploração desse caminho que ligaria as duas colônias. E além disso, havia mais um objetivo deste "empreendedor [...] ia elle tambem procurar explorar pelo lado do Brazil, os saltos S. Maria, que creio, ninguem conseguiu ve-los até aqui, tão bem e completamente, como agora se os vê. (MURICY, 1896, p.24).

Após o retorno de visitas ao Paraguai, Muricy relata a dificuldade para fazer a visita aos saltos de Santa Maria, em 21 de novembro de 1892, bem como sua beleza. Partiram às 08h da manhã a bordo de uma chalana, em um grupo de seis a oito homens, e às 09h30 da manhã avistaram os paredões e os saltos:

Foi penosissima a travessia do kilometro que separa o ponto de desembarque do começo da subida para chegar-se aos saltos. [...] O calôr insuportavel do sol a refletir-se nas enormes pedras soltas, por cima das quaes tinhamos de passar, tornava a viagem um verdadeiro sacrificio. [...] Apezar de estarmos muitissimo cansados, não púdemos conter a nossa curiosidade, aguçada ainda mais pelo grande ruido que ouviamos [...] tivemos de limpar a facão o ponto da barranca de onde pudemos admirar a paisagem que nos ficava fronteira. Do fundo vèrde negro formado pela matta que cobre a parte superior do paredão e um extenso degráo, mais baixo do que elle 15m e 45m mais alto

que a superfície das águas do rio, destacão-se elegantes palmeiras, despenhando-se por entre ellas, do paredão sobre o degráo, 3 saltos, dos quaes só se vê a parte superior, por causa da matta e que se transformam. [...] As águas, tanto destes como dos primeiros saltos, surgem de dentro da cerrada matta, que cobre uma extensa planície, que se desdobra desde a barranca do rio até muito dentro do territorio argentino. [...] E' esta, como disse, a primeira parte do panorama, de outro ponto vê-se completo, a unica a ser visto de lugar em que estavamos, e da qual não quizemos dar mais do que a simples e rude descripção do que vimos na natureza ; mesmo porque sempre foi nosso intento, fazer unicamente a descripção do conjunto que se chama, saltos de Santa Maria. Temos infelizmente certeza de que por mais que nos esmeremos, nunca os recursos que dispômos, serão sufficientes para poder-mos dar siquer uma idéia do que é essa maravilha da natureza (MURICY, 1896, p. 30-32).

A beleza dos saltos, hoje nominados Cataratas do Iguaçu é possibilitada devido à uma formação geológica que data de 120 milhões de anos, em que um conjunto de erupções vulcânicas, moldou a paisagem e, somado ao curso natural das águas do Rio Iguaçu, que ao passarem por estes cânions formam diversas quedas que impressionam por sua beleza cênica em que é possível visualizar e ouvir seu ruído quanto maior for a vazão do rio.

Lima Figueiredo (1937) igualmente encantou-se pelas belezas das Cataratas do Iguaçu e descreve o cenário encontrado em sua visita em 1898:

De Foz do Iguassú parte uma estrada para os maravilhosos saltos de Santa Maria, cuja fama, emparelhada ás do Guairá, Paulo Alfonso, Vitoria do Zambêse e Niagara, da America do Norte, corre mundo, aguçando a curiosidade dos que amam as belezas naturais. [...] Resolvi visitar o majestoso cenário, tão gabado pelos que sabem vêr. Depois de um percurso de 24kms, chegámos aos saltos, onde nos extasiámos diante da miraculosa beleza que ali se encerra. Não posso deixar de fazer aqui o meu veemente protesto contra o estado em que se acha a estrada que percorri e o sujo hotel que se encontra abandonado na barranca do Iguassú. Constantemente visitados por estrangeiros de todos os países, constituem, pelo abandono em que se acham, verdadeiros fatores de descredito na nossa querida Patria no exterior, ao mesmo tempo que, em placas argentinas, se vê magnifico hotel, ligado a Porto Aguirre por otima estrada de automovel, trafegada por onibus [...] Falta à pequenina cidade um bom hotel, para o turista sentir-se bem naquele ambiente. O hotel existente é muito modesto, apesar da otima alimentação fornecida. (LIMA FIGUEIREDO, 1937, p. 88).

Este trecho ressalta a parca infraestrutura privada, cenário igualmente encontrado e ressaltado em relação à infraestrutura pública, que pode ser verificado nas memórias de Otilia Schimmelpfeng (2002), filha do primeiro prefeito de Foz do Iguaçu, Jorge Schimmelpfeng:

Foi no ano de 1915, que veio despontar a atividade turística em Foz do Iguaçu. Quando, então, se instalou o Hotel Brasil, de propriedade de Frederico Engel, com filial no local das quedas. Eram pequenos estabelecimentos em condições precárias, porém, atendiam o seu objetivo: acolher o visitante e conduzi-lo às Cataratas. Nesta ocasião foi aberta a primeira estrada de acesso, que partia da antiga estrada de Guarapuava, um pouco além da ponte do rio Tamanduazinho, dando trânsito a veículos de tração animal. Adotavam carruagem rústica, tipo faeton, que fazia o percurso em seis horas. Ali o turista encontrava hospedaria simples, mas agradável e acolhedora, onde permanecia o tempo indispensável para a excursão às quedas, as quais se atingiam por estreitos caminhos, ora em terreno plano, ora em perigoso declive, na barranca do rio. (SCHIMMELPFENG, 2002, p. 23).

Na figura 7 é possível ver a precariedade da estrada no trecho citado por Ottília Schimmelpfeng (Ponte sob o rio Tamanduazinho), utilizada para chegar às Cataratas do Iguaçu, atualmente chamada Avenida das Cataratas.

Figura 7 - Ponte sob o Rio Tamanduazinho



Fonte: Grupo Foz do Iguaçu e Cataratas Memórias e Fotos Atuais no Facebook¹³.

Assim como ressaltou Lima Figueiredo (1937), Ottília Schimmelpfeng (2002) igualmente pontuou a estrutura disponível do lado argentino neste mesmo período, com melhor infraestrutura de acesso, além da disponibilidade de um grande meio de

¹³ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/fozdoiguacufotos/posts/2306602929453429>. Acesso em 16 de ago. de 2021.

hospedagem, o Hotel das Cataratas com alto padrão e conforto para os turistas e completa:

Estas foram as circunstâncias que fizeram Foz do Iguaçu voltar a face para o horizonte da Argentina, onde lhe deparava melhor perspectiva de sobrevivência. Assim, por muito tempo, conservando a sua dignidade nacional, Foz do Iguaçu viveu sob a dependência do mercado argentino (SCHIMMELPFENG, 2002, p. 46).

Vale ressaltar, que de ambos os lados havia “empreendedores” que já tinham se despertado para a potencialidade de aproveitamento turístico das Cataratas do Iguaçu. Assim como Muricy (1896) ressaltou os esforços de Edmundo F. Xavier de Barros para interligar as colônias de Iguassú e Xopim, Lima Figueiredo (1937) igualmente pontua os esforços de divulgação de uma madeireira argentina, o que demonstra o nascituro do turismo em Foz do Iguaçu, relacionado à exploração dos recursos naturais existentes:

Em 1901 a firma NUÑEZ E GIBAJA iniciou naquele recanto a exploração da madeira. Esta mesma firma fez propaganda dos saltos, conseguindo a sua reputação ultrapassar o Atlântico, conduzindo da velha Europa uma primeira leva de turistas, que contribuiu o rastilho por onde se propagou a fama dos estuendos Saltos de Santa Maria (LIMA FIGUEIREDO, 1937, p. 89).

Esta mesma relação entre exploração madeireira e turismo ocorreu com o pioneiro Jorge Schimmelpfeng, considerado um dos precursores do turismo em Foz do Iguaçu, tendo construído um dos primeiros hotéis para abrigar os turistas que vinham conhecer as Cataratas do Iguaçu.

Segundo Myskiw (2011) Jorge Schimmelpfeng foi uma das pessoas que mais se beneficiaram com a lei de terras devolutas, pois intermediou a compra de uma vasta área de terras devolutas junto ao governo do Estado do Paraná em nome de um grupo de capitalistas ingleses, chamada Compañia de Maderas del Alto Paraná S/A., que passou a funcionar em 1907. As terras pertencentes aos ingleses chama-se Fazenda Britânia, administrada por Jorge Schimmelpfeng por algum tempo, contribuindo para uma boa parte de sua fortuna, tempos depois empregada em empreendimentos turísticos em Foz do Iguaçu.

De outro lado, houve um episódio positivo no início do século XX. Segundo Schimmelpfeng (2002) havia um uruguaio, morador do Paraguai que ao registrar-se na Colônia Militar de Foz do Iguaçu recebeu um lote de 1.008 hectares para fins agrícolas localizado às margens do rio Iguaçu, muito próximo às Cataratas do Iguaçu.

Jesus Val permitiu a construção de uma hospedaria em suas terras - o singelo Hotel Brasil acima citado. Este fato revela o início da exploração da atividade turística em Foz do Iguaçu e Frederico Engel é tido como um dos pioneiros e visionários do turismo do município.

Neste mesmo período, em 2010, a Colônia Militar passou à condição de “Vila Iguassu”, como um distrito do município de Guarapuava. Em 1912 emancipou-se e tornou-se um povoamento civil, desta vez, vinculada ao governo do estado do Paraná. Em 14 de março de 1914 tornou-se o município Vila Iguaçu por meio da Lei Municipal nº 1.383, tomando posse o primeiro prefeito, Jorge Schimmelpfeng, juntamente com a Câmara de Vereadores em 10 de junho de 1914. Apenas em 1918 Foz do Iguaçu foi elevada à condição de Município, sendo chamada como atualmente – Foz do Iguaçu (MARTINS, 2010).

Em 1916 o Hotel Brasil hospedou o inventor Santos Dumont, conforme as memórias de Otilia Schimmelpfeng:

É de se lembrar que, nesta situação Foz do Iguaçu, recebeu a visita do grande Santos Dumont. Ali demonstrou o seu arrojado espírito de aventura quando, sobrepujando aquelas dificuldades, não hesitou em transpor o tronco de uma árvore acidentalmente caída sobre o caudal das quedas para, na sua extremidade, à beira do abismo, extasiar-se na visão da “Garganta do Diabo”. [...] assim recordava o saudoso Frederico Engel, acrescentando que, entre as exclamações de admiração proferidas pelo ilustre visitante, fluía o seu protesto pelo fato de ser propriedade particular de Jesus Val as terras que orlavam o rio Iguaçu, naquele trecho. Supõe-se que houve influência de sua parte na decisão do Governo Estadual em desapropriar toda a extensão do terreno que, mais tarde, tornou-se parque nacional (SCHIMMELPFENG, 2002, p. 30).

A propriedade de Jesus Val foi declarada utilidade pública em 1916 por meio da Lei 1.260, tendo sido criado o Parque Nacional do Iguaçu em 1939 e declarado Patrimônio Natural Mundial pela Organização das Nações Unidas (ONU), por meio da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) em 1986.

Em 1979, após esforços realizados pela filha de Frederico Engel - Elfrida Engel, foi construída e inserida na trilha das Cataratas uma estátua de Santos Dumont em tamanho real em sua homenagem.

A partir destes acontecimentos, percebem-se as relações e disputas ocorridas durante o nascimento do turismo em Foz do Iguaçu. Vale ressaltar que o tempo não

é marcado como ciclos, como muitos autores que já escreveram sobre a história de Foz do Iguaçu querem fazer acreditar, pois a realidade é muito mais complexa.

Em conclusão, o final do século XIX e início do século XX é marcado por grandes dificuldades nesta fronteira. Se a instituição e início da Colônia Militar em Foz do Iguaçu representou diversos desafios, a sua manutenção sofreu duros golpes, principalmente em relação à obtenção de produtos básicos para a sobrevivência. Os sacrifícios conduziram à adaptação às dinâmicas locais, que colocou em xeque o projeto colonizatório. A terra em vez de ser cultivada, passou a ser objeto de especulação comercial de alguns militares que as redistribuíram a outros colonos ou empresários em troca de favores, sendo esta, segundo Myskiw (2011), uma das motivações da extinção da Colônia Militar.

Em concordância, Cardin (2016) ressalta que as colônias militares fracassaram tanto devido à dificuldade de acesso e manutenção da população nas colônias, quanto ao não cumprimento do objetivo de regulação e extermínio de práticas ilícitas, tendo os agentes locais se envolvido com as práticas de contrabando de madeira e erva-mate para sobreviverem.

Para Welter (2018) estes fatos demonstram que mesmo quando há um grande esforço do Estado para regular atividades ilícitas, as dinâmicas locais se desenvolvem de maneira distinta, com base na realidade fronteiriça local, neste caso, o fracasso do objetivo central para o qual foi instituída a Colônia Militar de Foz do Iguaçu, em que os sujeitos criaram suas próprias formas de viver e sobreviver neste território.

As práticas de vivência, convivência e sobrevivência seguiram ocorrendo histórica e temporalmente em Foz do Iguaçu, com a criação de diversas territorialidades, a exemplo do turismo, que começou a dar pequenos passos para se tornar uma das principais atividades econômicas de Foz do Iguaçu, tendo o seu nascimento atrelado ao atrativo Cataras do Iguaçu, que ao longo do tempo foi atraindo mais e mais visitantes, tendo sido apresentados indícios acerca da parca infraestrutura para se deslocar **para** e **em** Foz do Iguaçu, sendo reiterada a necessidade de infraestrutura para que ocorresse um suposto 'desenvolvimento' do turismo, que conseqüentemente levaria ao desenvolvimento do município em si, o que ficará mais explícito no capítulo quatro, em que analisam-se os documentos relacionados ao planejamento turístico de Foz do Iguaçu.

Outras territorialidades igualmente foram criadas com o recebimento de fluxos migratórios distintos que contribuíram para um processo colonizatório e expansão de diversas fronteiras, como será apresentado na subseção a seguir.

2.2 A RETERRORIZAÇÃO DO ESPAÇO E O CRESCIMENTO DO TURISMO EM FOZ DO IGUAÇU: da marcha para o oeste ao turismo na era digital

Crestani (2019) em sua tese de doutorado sobre a história da ocupação da fronteira entre o Brasil e a Argentina analisa diversos relatos de viajantes que auxiliaram no preenchimento de lacunas acerca do desenvolvimento social e econômico de Foz do Iguaçu nas primeiras décadas do século XX.

O autor ressalta que no começo do século XX ainda havia um certo abandono do governo federal e estadual em relação à fronteira e, portanto, à Foz do Iguaçu, sendo que apenas entre 1919 a 1920 começam as tentativas de integração do oeste paranaense com a construção de uma estrada de 1.102 quilômetros, sendo 451 quilômetros de Guarapuava a Foz do Iguaçu.

Esta estrada possibilitou maior mobilidade, uma vez que as estradas até então utilizadas eram de difícil manutenção e a via fluvial era monopolizada pelas madeireiras argentinas. Porém, segundo a Secretaria Municipal de Turismo (2020) esta estrada era precária e cheia de obstáculos, tendo sido construída apenas na segunda metade da década de 1950 o asfaltamento que desde então corta o Paraná, conectando Foz do Iguaçu a Paranaguá.

Na figura 8 é possível visualizar a estrada que conectava Foz do Iguaçu a outras cidades do estado após períodos chuvosos, atualmente chamada de BR-277.

Figura 8 - Estrada de Acesso a Foz do Iguaçu



Fonte: Grupo Foz do Iguaçu e Cataratas Memórias e Fotos Atuais no Facebook¹⁴

No jornal *Correio Paranaense* encontra-se a confirmação da precariedade desta estrada e das ligações das estradas paranaenses com os demais estados brasileiros. A edição 00402 cita que este era um problema não só paraense, mas de todo o país, e que estava sendo resolvido graças à esforços ‘patrióticos’ como os do 5º Batalhão de Engenharia, chefiado pelo Coronel Luiz de Affonseca, responsável pela construção da estrada para Joinville, que assim que estivesse concluída ligaria o sul do país à Capital da República e que isso tinha um cunho estratégico para o desenvolvimento econômico do país, e este desenvolvimento estaria relacionado com o turismo:

A conclusão desses trabalhos que muito interessam o Paraná, Santa Catharina e Rio Grande do Sul, além de observados sob ponto de vista econômico e estratégico, devem ser vistos também como elementos preciosos para o desenvolvimento do turismo, mormente para nós que possuímos a natureza farta de verdadeiras maravilhas, como a Serra do Mar, a Villa Velha, as carataras do Iguassu’ e Guayra, etc, etc. (CORREIO DO PARANÁ, 1933, s/p¹⁵).

¹⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/fozdoiaguacufotos/posts/2309435542503501>. Acesso em 16 de ago. de 2021.

¹⁵ O *Correio Paranaense* tinha como cidade de publicação Curitiba. Este trecho foi retirado da edição 00402 de 13 de Setembro de 1933, disponível no acervo digital da Hemeroteca Digital Brasileira, disponível em: <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acesso em 17 de julho de 2021.

Após citar a obra desta rodovia, que estava sendo construída com todas as exigências técnicas, o Correio do Paraná na mesma matéria jornalística ressalta que esta obra deveria servir de exemplo, para que fosse olhado com mais atenção para as estradas do interior, como as que conectavam Foz do Iguaçu, via Guarapuava, com exceção da estrada que conectava Palmas a Clevelândia que estavam em obras com o objetivo de conservação dos trechos e construção de pontes pelo 5º Batalhão de Engenharia.

Percebe-se assim, o discurso da necessidade de infraestrutura relacionado ao desenvolvimento do turismo e, pontua-se que não era apenas local, mas igualmente na instância estadual e federal, uma vez que o turismo envolve deslocamento e precisa de infraestrutura de acesso para que os turistas possam escolher um destino em detrimento de outro.

Os relatos de viajantes descritos por Crestani (2019) neste período mencionam igualmente, na visão destes, a necessidade de ocupação econômica da fronteira devido à exploração da erva-mate, da madeira e especialmente o turismo por meio da visita das Cataratas do Iguaçu. Um destes viajantes citados por Crestani foi Julio Nogueira, que escreveu relatos sobre uma visita técnica realizada às Cataratas do Iguaçu acompanhado de Jorge Schimmelpfeng e do engenheiro Juan Bohoslavsky, com o objetivo de fazer o aproveitamento hidráulico e turístico das quedas. Crestani resume as sugestões de Julio Nogueira sobre estas temáticas:

Para este expedicionário, o Brasil deveria considerar o potencial das Cataratas do Iguaçu como elemento para atrair a presença brasileira para a fronteira, incentivando a vinda de turistas e a criação de um Parque Internacional atrelado à construção de estradas de rodagem e, conseqüentemente, a nacionalização da fronteira. (CRESTANI, 2019, p. 141-142).

Observa-se, mais uma vez, a necessidade de interpelação de um suposto 'desenvolvimento' em que Foz do Iguaçu era tida como um local abandonado e dominado por estrangeiros nas primeiras décadas do século XX na interpretação dos viajantes que por aqui passaram.

Indícios da dificuldade de acesso para chegar à Foz do Iguaçu foram encontrados em uma matéria jornalística do Correio Paranaense (1933) intitulada "Uma excursão às cataratas do Iguaçu", em que a principal via de acesso é a fluvial, mesmo assim, demandando 28 dias de viagem. A matéria cita que a excursão é um

programa idealizado pela instituição Touring Club do Brasil que tinha como objetivo tornar o Brasil mais conhecido pelos brasileiros e apresenta o roteiro da excursão de turistas provenientes do estado do Rio de Janeiro:

Os excursionistas partirão do Rio de Janeiro a 31 de maio corrente indo a S. Paulo e seguindo depois para Porto Epitacio, em carros Pullmann e dormitório da Sorocabana. No dia 3 navegarão pelo rio paraná, chegando a Guahyra no dia seguinte. Ahi serão visitadas as maravilhosas bellezas naturaes da cachoeira de Sete Quedas. No dia 7 partirão os excursionistas, em trem da Companhia Matte Larangeira, para Porto Mendes, de onde seguirão para Puerto Aguirre. No dia 9 será feita a visita às cataratas do Iguassu' (lado brasileiro) com almoço na Foz do Iguassu'. Dahi partirão os viajantes para Posadas e Libres entrando, de novo, pela cidade de Uruguayana, em territorio brasileiro. Visitadas as cidade de Santa Maria e Porto Alegre, os excursionistas regressaro ao Rio, em navio o Lloyd Nacional, passando, assim, pelas cidades de Pelotas e Rio Grande. A chegada ao Rio será no dia de 28 de junho, não podendo assim organizar-se um programa mais attrahente. (CORREIO DO PARANÁ, 1933, s/p¹⁶).

Além da descrição do exaustivo roteiro para visitar as Cataratas do Iguaçu pela via fluvial, ve-se novamente a conexão do turismo com a exploração da erva mate, uma vez que o trem da Companhia Matte Laranja era utilizado para o transporte de erva mate extraída de forma predatória na região neste período.

Crestani (2019) traz outros elementos além da exploração da erva-mate e madeira por estrangeiros, como as observações de Carlos Alberto Teixeira Coelho Junior em viagem realizada em 1919  fronteira oeste paranaense, e teve seu relato publicado com o título 'Pelos Selvas e Rios do Paraná', que classificou os moradores do oeste do Paraná como caboclos e desbravadores das selvas e dos rios do estado.

Para outro viajante, Cesar Prieto Martinez, a presença de índios na região, rotulados por ele como primitivos, nada contribuía para a construção da cidade, conclusão tirada por ele a partir das modestas moradias destes índigenas: "quatro pos fincados, meia água de sap ou palma de coqueiro, sem paredes, ou quando muito pequenos retalhos de taquara roliça" (CRESTANI, 2019, p. 141 *apud* Martinez, Sertões do Iguassú: 124).

Cesar Martinez observou também, como já mencionado na subseção anterior, que este território era mais paraguaio e argentino do que brasileiro, ao mencionar a escassa circulação de moeda nacional e a comunicação em outros idiomas em detrimento do português, inclusive nas escolas. Crestani (2019) analisa que este fato

¹⁶ Edição 0031 de 13 de maio de 1933. Disponível no acervo digital da Hemeroteca Digital Brasileira, disponível em: <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acesso em 17 de julho de 2021.

trata-se de estrangeiros assumindo a identidade fronteiriça e cita a resposta de uma mulher, que quando indagada sobre sua nacionalidade contesta com satisfação: “soy brasileña, señor, gracias a Diós, pero como me crié entre paraguayos” (CRESTANI, 2019, p. 142 *apud* Martinez, Sertões do Iguassú: 124).

A partir desta necessidade de nacionalizar o Oeste-paranaense e limitar o domínio dos estrangeiros para resguardar a fronteira nacional é que entre 1930 e 1940 começa a ser colocada em prática a ocupação deste território. Segundo Gregory (2002) foram estabelecidas políticas de concessão de terras a agricultores provenientes dos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, descendentes de alemães e italianos, escolhidos devido à sua adaptação às tarefas do campo, tendo ficado conhecido este período como a Marcha para o Oeste, tendo sido colocada em prática por meio de acordos entre o estado do Paraná e a iniciativa privada (empresas colonizadoras), responsáveis pela atração de colonos.

A partir de reflexões realizadas por Gregory (2002), Szekut (2014) ressalta que além de receber fluxos migratórios direcionados, como o caso da atração realizada pelas empresas colonizadoras, houve, igualmente, fluxos migratórios espontâneos, em que grupos de indivíduos se estabeleceram na região por motivos diversos.

Crestani (2019) cita um trecho de uma mensagem escrita por outro viajante, Caetano Munhoz da Rocha, que auxilia na visualização deste período:

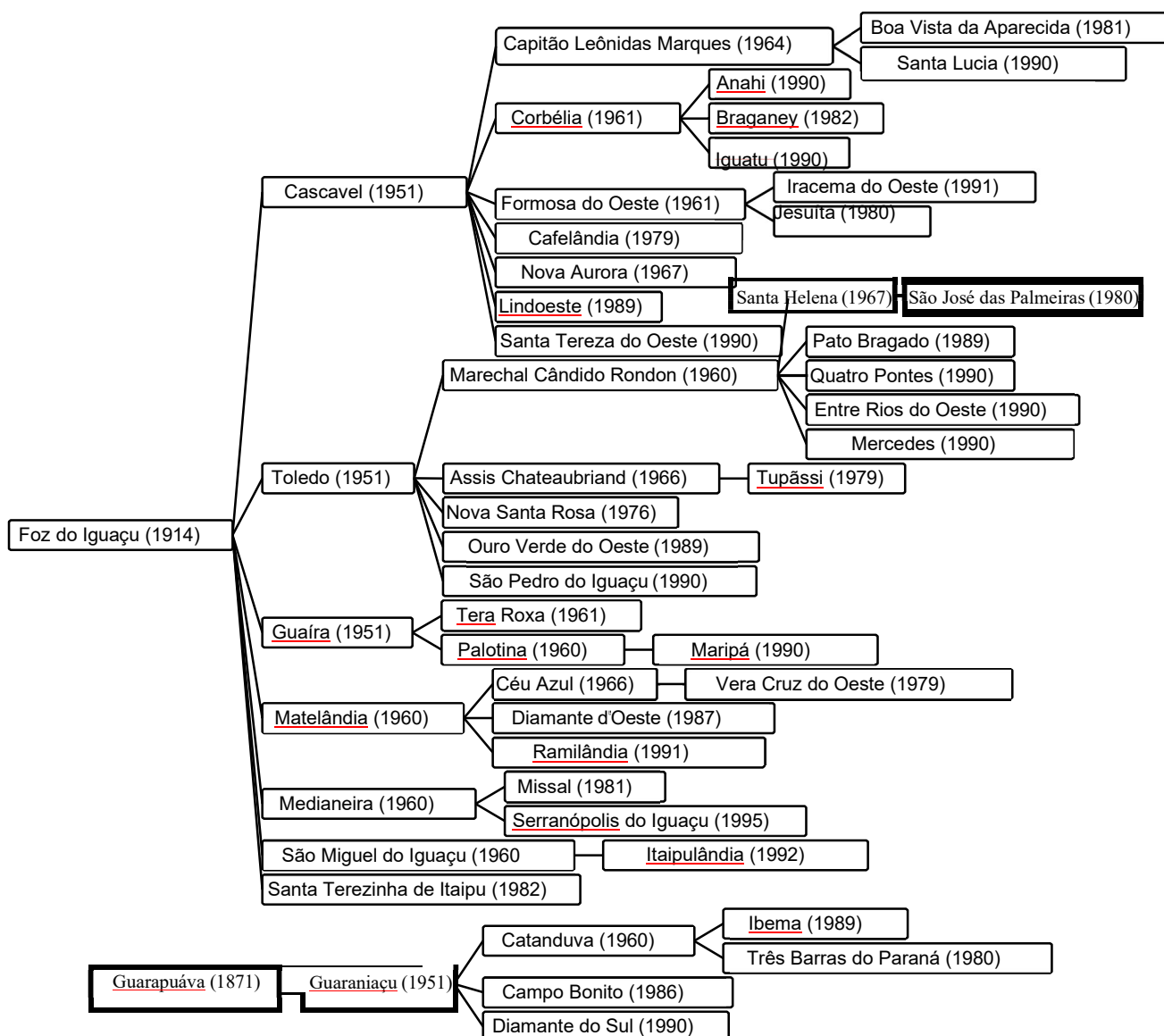
Em benefício dos nacionaes, os verdadeiros povoadores e desbravadores dos nossos sertões [...] Nessas condições, mais de 500 famílias oriundas do Rio Grande e Estados limitrophes, têm se estabelecido nestes últimos tempos em terras do nosso Estado, principalmente nos municipios Palmas, Fóz do Iguassu, S. Jeronymo e Guarakessaba (CRESTANI, 2019, p.145).

Esta intensa imigração contribuiu para um significativo aumento demográfico no estado do Paraná e, conseqüentemente, em Foz do Iguaçu. No início do século XX a população paraense era de 126.977 habitantes, tendo aumentado nas décadas de maior fluxo de chegada dos imigrantes do Rio Grande do Sul e Santa Catarina para 685.711 habitantes (PRIORI et al, 2012). Em relação a Foz do Iguaçu, esta contatava em 1920 com 6.431 habitantes, sendo 35,4% brasileiros e 64,6% estrangeiros (CRESTANI, 2019).

Em termos territoriais, Foz do Iguaçu se estendia da margem direita do rio Paraná até Laranjeiras do Sul (onde atualmente se encontra o município de Catanduvas), com uma grande extensão territorial, compreendendo municípios que

ao decorrer do tempo foram se emancipando, como Cascavel, Toledo e Guaíra (emancipados em 1951), Matelândia, Medianeira e São Miguel do Iguaçu (em 1960) e Santa Terezinha de Itaipu (em 1982), segundo levantamento realizado por Szekut (2014). Posteriormente, outros municípios emanciparam-se destes, representando novas mudanças territoriais no Oeste-paranaense, como pode ser observada na figura 9.

Figura 9 – Organograma das emancipações dos municípios do Oeste do Paraná



Fonte: Szekut (2014) baseado nos dados do IBGE (2013).

Por falar em mudanças, Gregory (2002) ressalta que as migrações decorridas a partir da Marcha para o Oeste proporcionou o desenvolvimento da indústria de base, especialmente a alimentícia, com saldos positivos como a urbanização e aumento do consumo, que conseqüentemente culminou na expansão das fronteiras agrícolas.

Além do aumento populacional e desenvolvimento econômico, resultou desta imigração a modificação do espaço, de culturas e identidades, pois, novas formas de viver e conviver foram trazidas com estes imigrantes: diferentes línguas, saberes, crenças, etc. Concorda-se que o mesmo processo de territorialização e reterritorialização que ocorreram no sudoeste do Paraná analisado por Saquet (2015), ocorreu igualmente em Foz do Iguaçu:

[...] podemos afirmar que a apropriação e construção do território geram identidades e heterogeneidades e que, estas, concomitantemente, geram os territórios, como ocorreu no movimento de colonização efetiva do Sudoeste do Paraná e de outros recortes do Brasil, a partir dos anos 1940, por gaúchos e catarinenses descendentes de europeus, que produziram identidades, ritmos, diferenças, territórios. Na reterritorialização, reproduzem traços comuns e heterogeneidades que, ao mesmo tempo, estão na base da apropriação e produção de novos territórios (SAQUET, 2015, p. 84).

A reterritorialização esteve presente no processo de industrialização que ocorreu em Foz do Iguaçu a partir da década de 1930, mencionada neste estudo devido ao cunho histórico, mas igualmente relevante, pois a infraestrutura é um aspecto crucial impulsionador do desenvolvimento turístico de um destino.

Beni (2000) em sua análise do SISTUR trata a infraestrutura como um subsistema, que inclui a infraestrutura geral de todo município, como serviços urbanos, saneamento básico, transporte coletivo, sistema viário e de transportes; e da infraestrutura específica para o turismo como vias de acessos para os atrativos turísticos.

O turismo geralmente se utiliza da infraestrutura geral e é um agente indutor e responsável pelo desenvolvimento da infraestrutura que atende turistas e beneficia a comunidade local. Desta forma, o planejamento turístico deve harmonizar os investimentos em infraestrutura tanto para acesso a turistas nos corredores turísticos como no que concerne às melhorias na infraestrutura básica que atende os moradores locais, para melhoria da qualidade de vida destes e da experiência turística.

A partir da década de 1930, verificam-se alguns avanços em Foz do Iguaçu em termos de desenvolvimento, como a construção do Campo de Aviação no Gresfi, localizado no centro da cidade. Segundo Pedro Louvain¹⁷ (2021), atual coordenador do Espaço Memória do Gresfi, projeto de extensão da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA), a data do primeiro voo realizado no Gresfi é incerta, mas provavelmente ocorreu em 1933, dois anos antes da data do primeiro pouso oficial, em março de 1935, afirmada por Ottília Schimmelpfeng (2002) em sua obra *Retrospectos Iguazuenses*. Os indícios apontados por Louvain foram encontrados no jornal *Correio do Paraná* (1933), que em edição de dezembro deste mesmo ano noticia que ocorreu um pouso clandestino do diretor da Aviação Civil argentina em Foz do Iguaçu e que o governo brasileiro iria discutir medidas para proibir que aviões estrangeiros atravessassem as zonas fronteiriças sem prévia licença do Ministério da Guerra.

Em 1938 a companhia aérea Pan American passou a operar uma linha internacional semanal com pouso em Foz do Iguaçu (trecho Rio-Assunção-Buenos Aires). Este voo internacional colocou a cidade “no mapa”, possibilitando inclusive a visita de celebridades internacionais como Walt Disney e Henry Fonda (SCHIMMELPFENG, 2002).

Neste mesmo período, a Pan American apostou no potencial turístico de Foz do Iguaçu e criou a linha São Paulo-Assunção com escala em Curitiba e Foz do Iguaçu, o que repercutiu no aumento de pousos e decolagens de turistas na cidade (SCHIMMELPFENG, 2002).

Ninoff e Farias (2006) em seu Trabalho de Conclusão de Curso “Memória Coletiva como forma de exploração do turismo cultural em Foz do Iguaçu com foco no 1º Campo de Pouso do Município” mencionam a precariedade de recursos existentes no período de implantação do primeiro Campo de Pouso em Foz do Iguaçu, e que este feito facilitou a mobilidade intermunicipal e interestadual ao reduzir o tempo de locomoção de uma localidade à outra. Além disso, passou a atrair personalidades e pessoas anônimas com motivações diversas, dentre elas o turismo.

¹⁷ Extraído da live em live organizada pelo Projeto de Extensão: Patrimônio e Turismo - reflexões nas fronteiras do Iguaçu, vinculado ao Programa de Pós-Graduação Sociedade Cultural e Fronteiras realizada em 13 de julho de 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EE6Oe7vovto>>. Acesso em 17 de julho de 2021.

Outro marco do final da década de 1930 foi a criação do Parque Nacional do Iguaçu do lado brasileiro em 1939, já citado, cinco anos mais tarde que o Parque Nacional de Iguazú, do lado argentino, que foi criado em 1934. Para Cury (2010) a fundação dos dois parques não serviu apenas a ideais conservacionistas, mas principalmente como estratégia geopolítica de demarcação de fronteiras nacionais, uma vez que estes parques estão localizados na fronteira entre o Brasil e a Argentina.

Entre 1937 e 1938 foi construído o Hotel Cassino Iguaçu no centro da cidade, viabilizado por meio do Decreto nº 3.987 de 02 de janeiro de 1920 que criou o Departamento Nacional de Saúde Pública e determinou que este seria custeado por um fundo especial, dentre outras fontes, por impostos oriundos do consumo de bebidas alcoólicas e jogos de azar. Esta medida impulsionou a construção de termas, estâncias hidrominerais, hotéis e cassinos. O Brasil chegou a ter 71 cassinos e o Hotel Cassino Iguaçu representou “o primeiro investimento por parte do poder público voltado exclusivamente para o turismo” (SENAC, 2019, p. 48). O Hotel Cassino Iguaçu funcionou com estas atividades até 1946, quando o Decreto-Lei 9.215 de 30 de abril deste mesmo ano, do então presidente Eurico Gaspar Dutra, decretou o fechamento de todos os cassinos no Brasil.

Desde então, o antigo prédio do Hotel Cassino Iguaçu foi utilizado por repartições públicas, como a Delegacia da Receita Federal, a Paraná Turismo, dentre outros, e desde 2009 é Unidade de Educação Profissional e Tecnológica do Serviço Nacional de Aprendizagem (SENAC) e é citado em diversos materiais e memórias relacionadas à história de Foz do Iguaçu, sendo um dos atrativos mencionados atualmente durante o City Tour de Foz do Iguaçu.

Entre (1943-1946) Foz do Iguaçu foi palco do cenário de tentativa de divisão do estado do Paraná, tendo sido criado o Território Federal do Iguaçu com o objetivo de nacionalização da “fronteira guarani”. Porém, o propósito era a comercialização de extensas glebas de terras por grupos econômicos gaúchos que iniciaram lucrativos negócios imobiliários. A criação do Território Federal do Iguaçu, juntamente com o Território de Ponta Porã foram iniciativas do governo varguista para retirar o controle dos estados do Paraná e Santa Catarina, abrindo caminho para as companhias colonizadoras (CRESTANI, 2019).

Este episódio trouxe esperanças de desenvolvimento econômico para Foz do Iguaçu, pois a cidade foi a capital do território inicialmente, pois não havia sido definido qual seria a capital no decreto que originou o Território Federal do Iguaçu. Porém,

apenas oito meses após a sua criação a capital foi transferida para Laranjeiras do Sul (STECA; FLORES, 2002). Em 1946, após o término do mandato presidencial de Getúlio Vargas, o Território Federal do Iguaçu foi extinto (CRESTANI, 2019) e poucos avanços foram registrados neste período em termos de melhoria de infraestrutura pública ou desenvolvimento econômico ou turístico.

Porém, relevantes modificações estavam por vir. As décadas de 1950 e 1960 foram cruciais para o início do desenvolvimento econômico, prelúdio da popularidade de Foz do Iguaçu no cenário brasileiro, frente à sua localização fronteiriça. Explica-se. Do ponto de vista econômico, a cidade passou a ter ares de industrialização já na década de 1950 com a instalação de fábricas de diversos setores econômicos, dentre eles madeireiro, oleiro, alimentício e de bebidas. Estes fatos contribuíram para a urbanização e aumento da população, contando com cerca de 20.000 habitantes neste período. Em 1953, é criado o primeiro jornal da cidade, chamado “A Notícia” de propriedade de João Lobato da Mota Machado (LIMA, 2010).

Em 1956 é lançada a Pedra Fundamental da Ponte Internacional da Amizade ligando as cidades de Foz do Iguaçu a Puerto Stroessner (atual Ciudad del Este) no Paraguai. Segundo Mascarenhas (2021) a ponte foi construída até 1965 e até ficar pronta, os pedestres de ambos os lados atravessavam o rio utilizando balsas, seja para encontrar-se com amigos e parentes ou para fazer comércio do outro lado. Com o término de construção da ponte “o trânsito binacional foi se resignificando, transformando a paisagem, construindo novas práticas e também novas memórias nesse espaço transfronteiriço” (MASCARENHAS, 2021, p. 12).

A construção da Ponte da Amizade significou, igualmente, o início de um projeto de aproximação do Brasil ao Paraguai que incluiu vários acordos entre estes dois países. Em 1957 foi realizado o acordo de utilização do Porto de Paranaguá, que juntamente com a construção da BR-277 (1969) eliminou a hegemonia da Argentina na região, pois o Paraguai passou a utilizar o Porto de Paranaguá para escoar sua produção agrícola (CURY, 2010).

Em 1974 o aeroporto de Foz do Iguaçu foi transferido do centro da cidade para seu atual endereço, próximo à rodovia das Cataratas, tendo sido reformado em 1989, passando a atender oito aviões domésticos e internacionais (MARTINS, 2010).

Outro acordo que trouxe substanciais mudanças para Foz do Iguaçu foi a Ata do Iguaçu, assinada em 1966 - um registro seminal que originou a assinatura do Tratado de Itaipu (1973) e possibilitou o início da construção da Usina Hidrelétrica de

Itaipu localizada na divisa entre o Brasil e o Paraguai. A construção de Itaipu serviu a diversos objetivos, dentre estes, os econômicos - com o aproveitamento do potencial energético do rio Paraná, sendo construída a maior usina hidrelétrica em produção de energia do mundo, responsável por abastecer energeticamente cerca de 11,3% da energia consumida no Brasil e 88,1% da energia consumida no Paraguai (ITAIPU, 2020), mas igualmente, serviu para resolver conflitos diplomáticos entre os dois países:

O Tratado para o Aproveitamento Hidroelétrico dos Recursos Hídricos do Rio Paraná, mais tarde conhecido como Tratado de Itaipu, foi firmado em abril de 1973 e serviu, em parte, também para por um fim a disputas geopolíticas ligadas à indefinição da linha de fronteira entre Brasil e Paraguai, em uma batalha diplomática que se arrastava desde a Guerra do Paraguai (1864-1870). A área pretendida se estendia de Salto Grande de Sete Quedas, ou Salto do Guairá, até a Foz do Rio Iguaçu. (CÂMARA LEGISLATIVA, 2020).

A construção da Usina de Itaipu foi literalmente um divisor de águas para Foz do Iguaçu, principalmente em termos do aumento demográfico observado. Durante o auge da construção foram contabilizados mais de 40 mil trabalhadores. Alguns não se fixaram em Foz do Iguaçu, mas muitos ficaram, pois Itaipu foi uma das últimas usinas construídas durante o período desenvolvimentista militar, além da duração da sua construção ter sido maior do que as demais construídas neste período. Foz do Iguaçu, que até o início da construção tinha menos de 30 mil habitantes, ultrapassou 300 mil habitantes na década de 1990. Ademais, os trabalhadores trouxeram consigo, além da sua mão-de-obra, seus costumes, crenças, tradições, sotaques, e desta forma, famílias modificaram o espaço físico e social da cidade em um processo de criação de novas territorialidades.

Catta (1992) observa que a construção de Itaipu provocou grande desigualdade social, pois o aumento populacional foi grande e com as demissões em massa o quantitativo de pessoas desempregadas também foi o mais alto já registrado na história de Foz do Iguaçu.

Outras interferências sociais observadas foram a segregação socioespacial e a especulação imobiliária, mencionadas por Paro (2016):

Para atender à demanda da gigante de energia, uma outra cidade precisou ser erguida. O metro quadrado no município passou a ser cotado em “peso de ouro”, e o aluguel atingiu preços estratosféricos. O mercado imobiliário em alta empurrou para a periferia quem não tinha dinheiro (PARO, 2016, p. 78).

Porém, houve aspectos positivos ligados à infraestrutura pública. Foram construídas três vilas habitacionais em Foz do Iguaçu – as vilas ‘A’, ‘B’ e ‘C’, em que os empregados eram alocados de acordo com seu cargo na hidrelétrica, o que apresenta indícios de segregação, ao serem alocados por cargos. Todavia, as vilas supriram a necessidade de alojamento do enorme contingente de trabalhadores. Itaipu construiu também uma escola, um hospital, estradas para o transporte das peças das turbinas que são utilizadas por moradores e turistas até hoje, além de equipamentos de lazer, como praças, parques e clubes de lazer, com foco na sociabilidade dos funcionários, na Vila ‘A’ e Vila ‘B’ e um centro comunitário na Vila ‘C’ (LIMA, 2019)¹⁸.

Com o término da construção, na década de 1990, a desigualdade social ficou latente, pois, como mencionado, muitos trabalhadores não voltaram para seus locais de origem e uma massa de desempregados tomou as ruas de Foz do Iguaçu. Neste período, a Ponte Internacional da Amizade já estava construída e Ciudad del Este estava no início da transformação em um dos maiores paraísos de produtos importados do mundo. Nascia então o trabalho informal a um “cruzar de uma ponte” que significava uma forma de sobrevivência para diversos trabalhadores desempregados. Nascia a “muamba”, os “muambeiros” e os “laranjas”¹⁹.

Paro (2016) traz um exemplo de um trabalhador que após ser dispensado da Itaipu passou a viver do trabalho informal de Ciudad del Este:

Passados quatro anos de trabalho na binacional, Vidal ficou sem emprego e foi para o interior de São Paulo erguer outras barragens. Porém, com vínculos em Foz do Iguaçu, onde tinha família, e sem conseguir trabalho em outras pelo país, resolveu voltar. Por um período, atuou na condição de pintor. Contudo a crise econômica brasileira no fim da década de 1990 paralisou a construção civil na cidade, e só restou a ele uma alternativa para sobreviver: ser “laranja” (PARO, 2016, p. 73).

¹⁸ Apesar de não ser o objetivo desta tese, vale ressaltar que processos similares ocorrem do lado paraguaio, uma vez que a Usina de Itaipu é um empreendimento binacional. Assim, houve a construção de infraestrutura como conjuntos habitacionais, estradas, e outros para abrigar os barrageiros, mas com o término da obra e, conseqüentemente as demissões, a cidade de Hernandarias igualmente registrou altas taxas de desemprego e conseqüentemente desigualdade social.

¹⁹ “Muambeiro”, “Comprista”, “Sacoleiro”- revendedor de produtos originários do Paraguai em diversas cidades do Brasil. “Muamba” mercadorias transportadas pelos muambeiros. “Laranja” – pessoa contratada para cruzar mercadorias de *Ciudad del Este* até Foz do Iguaçu ou cidades próximas e em algumas situações até o trecho de destino, onde as mercadorias eram revendidas.

A Ponte Internacional da Amizade, além de conectar os dois países, passou a ser local físico da passagem de diversos trabalhadores que vieram de várias cidades e estados do Brasil para trabalhar na construção da Usina de Itaipu e, após serem dispensados apostaram na informalidade para sua subsistência. A potencialidade de Ciudad del Este como relevante centro de compras atraiu também pessoas de diversas nacionalidades, que viram nesta cidade uma oportunidade de construção de uma nova vida, longe dos problemas políticos de seus países de origem, como árabes, chineses, libaneses, sul-coreanos, etc.

Os imigrantes oriundos do oriente médio e da Ásia²⁰ possuem expressiva representatividade para Foz do Iguaçu, sendo a segunda maior colônia árabe do Brasil, atrás apenas da cidade de São Paulo, com aproximadamente 15 mil imigrantes e descendentes. Seus costumes são vistos em locais públicos com suas vestimentas e sua culinária. Além disso, construíram duas mesquitas árabes, uma sunita e outra xiita, esta última, possui uma arquitetura arredondada, com uma sala oval, além de torres que despertam a atenção, sendo um importante atrativo turístico de Foz do Iguaçu (PARO, 2016).

De forma similar, os chineses igualmente contribuíram com um legado cultural religioso e também de solidariedade para a tríplice fronteira, com a criação de diversas associações, restaurantes, um hospital em Ciudad del Este e um Templo Budista em Foz do Iguaçu (PARO, 2016), que também é um dos principais atrativos da cidade, sendo um dos pontos integrantes, juntamente com a Mesquita xiita e demais atrativos, do City Tour oferecido aos turistas da cidade.

Vale ressaltar, que o fluxo de pessoas, veículos e mercadorias entre o Paraguai e o Brasil era tão intenso na década de 1990 que convencionou-se chamá-lo de “turismo de compras”, tendo movimentado durante vários anos diversos meios de hospedagem e comércios, principalmente no bairro Vila Portes, próximo à Ponte Internacional da Amizade em Foz do Iguaçu.

Vê-se, desta forma, a fusão do turismo com o contrabando, pois assim como havia os “laranjas” que praticavam uma atividade de subsistência, Foz do Iguaçu e região ficou conhecida nacionalmente como um local onde os sonhos de consumo poderiam ser realizados, atraindo além de compristas, igualmente turistas para este

²⁰ Grande parte dos imigrantes provenientes do Oriente Médio são libaneses, mas existe em menor proporção sírios, iranianos, paquistaneses, etc., bem como grande parte dos imigrantes oriundos são chineses, mas existem, igualmente, coreanos, Hong Kong, dentre outros.

destino turístico, que já contava com uma grande oferta hoteleira na década de 1990²¹.

A tabela 1 demonstra o crescimento do número de leitos a partir da década de 1990 e posterior queda a partir dos anos 2000 com a intensificação do combate ao contrabando realizado no governo Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010):

Tabela 1 – Nº de Leitos Disponível em Foz do Iguaçu 1989 a 2004

Ano	Nº total de leitos
1989	15.844
1992	21.857
1996	25.574
1998	23.497
2002	20.521
2005	19.637
2008	20.759
2014	27.588

Fonte: Comparativo da Oferta Turística 1987 a 2014 (baseado em SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO,s/d)

Observa-se na tabela 1 que houve um crescente aumento do número de leitos de 1992 a 1998 e uma queda em 2002 quando o contrabando e descaminho começou a ser coibido. Em termos econômicos, a oferta acompanha a demanda. Porém, neste caso, observa-se como uma determinação legal contribuiu para a diminuição da oferta de leitos, uma vez que com o aumento da fiscalização na aduana da Ponte Internacional da Amizade e demais postos de fiscalização federais ao longo das rodovias brasileiras. Foram implementadas medidas físicas (construção da nova aduana da Ponte Internacional da Amizade em 2006), bem como medidas administrativas, como o cadastramento obrigatório e preenchimento do formulário de Declaração de Bagagem Acompanhada (DBA) para pessoas que cruzavam a fronteira com mercadorias (PARO, 2016). Estas ações geraram interferência nas

²¹ Segundo o Comparativo da Oferta Turística 1987 a 2019 (Inventários da Oferta Turística) realizado e atualizado pela Secretaria de Turismo de Foz do Iguaçu, em 1996 Foz do Iguaçu contava com 210 meios de hospedagens, totalizando 25.574 leitos disponíveis (SETUR, 2021).

dinâmicas fronteiriças ao criminalizar a fronteira, tendo contribuído, igualmente, para o fechamento de diversos meios de hospedagem em Foz do Iguaçu que tinham o propósito de armazenamento de mercadorias oriundas de Ciudad del Este.

O aumento da repressão ao contrabando e descaminho de mercadorias adquiridas em Ciudad del Este se deu a partir de medidas que começaram a ser gestadas após a Guerra Fria (1947-1991) em que os países passaram a se preocupar com desequilíbrios ambientais, terrorismo, crime organizado, lavagem de dinheiro, contrabando, etc. desencadeando diversas conferências para tratar destes temas na agenda internacional, dentre elas a Conferência Ministerial Mundial sobre a Transnacionalização do Crime Organizado em 1994 que enfatizou a necessidade de cooperação internacional e assistência técnica para países com fronteiras mais vulneráveis (RODER, 2005).

Assim, a ONU elaborou um dossiê sobre a situação de várias regiões citadas e outras conferências sucederam-se a esta, sendo a Convenção das Nações Unidas contra o Crime Organizado, realizada em 1999 em Palermo na Itália, a mais abrangente com a definição de uma rede para compartilhar informações, estudos intensificados sobre práticas corruptas e como combatê-las, legislação, mecanismos de ação e protocolos. O documento foi assinado por 124 países das Nações Unidas, tendo sido implantado em 15 de novembro de 2000 na Assembléia Geral do Milênio, entre eles o Brasil (RODER, 2005).

No âmbito do Mercosul, diversas conferências também foram realizadas, desde a década de 1990, mas é em 2002 que os governos do Brasil e do Paraguai assinaram um Memorando de Entendimento sobre o combate de ilícitos aduaneiros e tributários, falsificação de produtos e pirataria. Em comunicado à imprensa, o então presidente da República Federativa do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva disse esperar que, com estas medidas, o Paraguai pudesse renovar sua economia e diminuir a dependência do Brasil (RODER, 2005).

Iniciou-se, então, um grande projeto de securitização da Tríplice Fronteira, que culminou na reforma da aduana da Ponte da Amizade para facilitar a fiscalização. Diversas apreensões de mercadorias e a construção de diversas metáforas sobre a tríplice fronteira ocorreram como “terra sem lei”, “cenário de contrabando”, “mundo do crime”, “paraíso do comércio”, “escola para o crime” (DITTRICH, 2014).

Adicionou-se a isso a metáfora “lugar de terrorismo”, isto devido à atentados que ocorreram desde 1992 e 1994 em Buenos Aires, com estopim do atentado às

torres gêmeas em 11 de Setembro de 2001 nos Estados Unidos. Estes ataques vinculados ao terrorismo devem-se à quantidade de descendentes do Oriente Médio que supostamente estariam financiando células terroristas, sendo inclusive esta fronteira batizada pela imprensa internacional como “Tríplice Fronteira” (AMARAL, 2008), bem como recebendo a adjetivação de fronteira como “lugar de terrorismo” (PEREIRA, 2014).

A intensificação da fiscalização gerou interferências nas dinâmicas fronteiriças, pois com a criminalização da fronteira e combate à circulação de mercadorias, limitou a renda de um grande contingente da população, o que influenciou diretamente nos índices de violência em Foz do Iguaçu (CARDIN, 2016).

Para o turismo também houve consequências e estas apresentaram-se na queda do número de visitantes no Parque Nacional do Iguaçu, conforme pode ser visualizado na Tabela 2.

Tabela 2 – Nº de Visitantes Parque Nacional do Iguaçu - Foz do Iguaçu 1989 a 2004

Ano	Nº total de visitantes
1989	863.171
1992	750.939
1996	830.255
1998	726.677
2002	645.832

Fonte: Número total de visitantes 2018 (baseado em SETURFOZ, 2019)

Verifica-se na tabela 2 uma oscilação na década de 1990, mas é visível a queda do número de visitantes em 2002, o que indica que a diminuição do “turismo de compras” também afetou o número de visitantes no Parque Nacional do Iguaçu a partir dos anos 2000. Porém, a recuperação ocorreu nos anos seguintes. Em 2004 o Parque Nacional do Iguaçu registrou 980.937 mil visitantes e a partir de 2005, com exceção de 2006 registrou mais de 1 milhão de visitantes, chegando em 2018 à marca de 1.895.505 visitantes (SETURFOZ, 2020).

Outro atrativo turístico que teve grande crescimento no número de visitantes foi a Itaipu Binacional. Antes mesmo do término da sua construção, a Itaipu já organizava visitas institucionais para autoridades e celebridades com o intuito de

enaltecer o orgulho nacional de construir a maior usina hidrelétrica do mundo. As visitas ampliaram-se para a população e turistas em geral, onde estes eram recepcionados no centro de recepção de visitantes da usina e assistiam um filme institucional sobre a construção.

Ao observar o crescimento do turismo em Foz do Iguaçu, às vésperas de completar 30 anos, em 2003, a Itaipu Binacional definiu uma nova missão institucional que ampliou a área de atuação a outros setores, que não apenas a geração de energia elétrica, dentre eles, o turismo:

Gerar energia elétrica de qualidade, com responsabilidade social e ambiental, impulsionando o desenvolvimento econômico, **turístico** e tecnológico, sustentável, no Brasil e no Paraguai (ITAIPU BINACIONAL, 2003, p. 8, grifo nosso).

O documento que consta a nova missão - “Energia com Responsabilidade Social - Balanço Social 2003” estabelece cinco objetivos estratégicos: produção de energia, qualidade de vida na região, desenvolvimento dos recursos humanos, meio ambiente, conhecimento público e institucional da empresa, custo do serviço de eletricidade e potencial turístico e tecnológico. Este último, refere-se ao aproveitamento efetivo do potencial turístico e tecnológico de Itaipu e região, sob a perspectiva de geração de renda e oportunidades para a comunidade como um polo de difusão de conhecimento e integração na América do Sul. Este polo seria subsidiado com a construção do Parque Tecnológico de Itaipu (PTI), transformando os antigos alojamentos dos barrageiros em salas de aula, salas de projetos, auditório de eventos, biblioteca, laboratórios de pesquisa, incubadoras e condomínios empresariais.

A partir disso, houve várias articulações e planejamentos relacionados para transformar o PTI em um polo de saber, mas também gerenciador e impulsionador do turismo, como afirma o ex-diretor geral brasileiro da Itaipu Binacional, Jorge Miguel Samek, no documento citado:

Itaipu também é um pólo de turismo. Fica nas Três Fronteiras, onde além das águas também se encontram os países irmãos - Paraguai, Brasil e Argentina - e onde a natureza construiu uma das maravilhas do mundo em qualquer tempo - as Cataratas do Iguaçu. São atrações suficientes para transformar a região numa das mais procuradas, dos três países, por turistas do mundo inteiro. Mas a estas atrações soma-se a própria Itaipu, que em 2003 recebeu nada menos do que 595.020 visitantes, um recorde histórico. Nestes 30 anos, Itaipu foi vista por 11,5 milhões de pessoas de 175

nacionalidades. Assim, investir no desenvolvimento do turismo regional, abrindo vagas de trabalho e oportunidade de capacitação à população local, é uma consequência natural de uma política de responsabilidade social (ITAIPU BINACIONAL, 2003, p. 7)

Em junho de 2007 a Itaipu Binacional, por meio do PTI, passou a cobrar a visitação dos passeios Itaipu Panorâmica, Itaipu Ecomuseu, Itaipu Refúgio Biológico, Itaipu Iluminada, tendo lançado um novo passeio - o Itaipu Especial, e mais recentemente o Itaipu Polo Astronômico, caracterizando-se, desta forma, como um complexo turístico - o Complexo Turístico de Itaipu (CTI). Esta mudança foi benéfica para o turismo de Foz do Iguaçu, pois apesar de ter tido queda em 2020, possivelmente pela cobrança de ingresso, a partir de 2012, registrou-se um expressivo crescimento no número de visitantes da Itaipu, conforme pode ser visualizado na Tabela 3:

Tabela 3 – Nº de Visitantes Itaipu Binacional 1989 a 2004

Ano	Nº total de visitantes
1989	540.217
1992	371.729
1996	343.953
1998	346.775
2002	307.807
2012	529.735
2016	950.489
2018	1.024.667

Fonte: Número total de visitantes 2018 (baseado em SETURFOZ, 2019)

Vale destacar o Ecomuseu como um atrativo que colabora para a manutenção e disseminação da história e da memória da cidade de Foz do Iguaçu, principalmente por contar a história da construção da Usina por meio de objetos, maquetes etc, mas também o Memorial do Trabalhador que conta com relatos gravados por ex-trabalhadores. Além disso, o Ecomuseu conta com espaço interpretativo que conta, por meio de esculturas, imagens e objetos a conformação histórico-cultural do território em que está localizada Foz do Iguaçu de 2.000 a.c com os caçadores e coletores, 1.000 a.c com os ceramistas, século XVII com a Escola Jesuítica da

Província del Guairá, Século XIX e XX com as obras e o transporte de toras de madeira e erva-mate no Rio Paraná, meados do século XX a colonização do oeste paranaense até a modernização de uma das principais avenidas da cidade - a Avenida Brasil que caracteriza o período durante e pós-construção da Usina. Além disso, conta com espaços com exposições itinerantes de artistas locais ou em homenagem a fatos históricos, como a mais recente - 100 anos da Visita de Santos Dumont a Foz do Iguaçu.

Em 14 de Agosto de 2021, data que a autora visitou o Ecomuseu este contava com um novo espaço - o Ciência na Esfera, uma iniciativa de divulgação científica que ilustra o planeta e seus diferentes fenômenos e processos: oceanográficos, atmosféricos, geológicos, ecológicos, entre outros, com discurso sobre as ações humanas e a preservação do planeta. Nesta mesma linha, há uma maquete que ilustra o manejo incorreto do solo (monocultura e desmatamento) e o manejo correto (com plantio diverso e conservação da mata ciliar). Do ponto de vista social, observou-se um painel com a frase "O museu é um espelho onde a comunidade olha para se reconhecer", de Hugues de Varine, indício de que os espaços são construídos para que a comunidade (re)conheça a sua história.

O principal atrativo de Foz do Iguaçu, as Cataratas do Iguaçu, igualmente poderia ser conceituado com um complexo turístico, uma vez que há diversas opções de passeios disponíveis para os visitantes, conforme pode ser visualizado no Quadro 2:

Quadro 2 – Passeios disponíveis nas Cataratas do Iguaçu (BR)

Atrativo	Descrição	Atrações
Visita Regular às Cataratas do Iguaçu	Visita em ônibus panorâmico até o início dos saltos das Cataratas do Iguaçu	<ul style="list-style-type: none"> - 275 saltos; - Passarela; - Garganta do Diabo; - Elevador; - Monumento Santos Dumont;
Voo de Helicóptero	Voo panorâmico sobre as Cataratas do Iguaçu	<ul style="list-style-type: none"> - Voo panorâmico sobre as Cataratas do Iguaçu
Trilha Poço Preto	Safari ecológico que pode ser realizado a pé, de bicicleta ou em carro elétrico pelos caminhos que os índios usavam para contornar as Cataratas do Iguaçu	<ul style="list-style-type: none"> - Passarela suspensa de 320 m no coração das Cataratas do Iguaçu em que podem ser observadas espécies nativas; - Caminhada por uma ponte pênsil que leva a uma trilha de 500 metros, com posterior vista panorâmica da floresta; - Lagoa do Jacaré com grande diversidade de animais aquáticos; - Navegação em barco motor pelo rio Iguaçu e observação do pôr do sol.
Trilha das Bananeiras	Trilha de aproximadamente 1,5 km, que pode ser feita a pé ou em veículo elétrico.	<ul style="list-style-type: none"> - Caminhada para observação de espécies e vegetação nativa - Visita a uma casamata de 10m de altura e observação do Lago do Jacaré - Navegação em barco à motor pelo rio Iguaçu - Opção de retorno em caiaques infláveis para observar animais e plantas nativas.
Macuco Safari	Passeio em barco inflável debaixo das quedas das Cataratas do Iguaçu	<ul style="list-style-type: none"> - Trilha em carreta puxada por carro elétrico; - Caminhada de 600m até a cachoeira Salto Macuco; - Passeio de barco debaixo das quedas das Cataratas do Iguaçu

Fonte: Elaborado pela autora, baseado em www.cataratasdoiguacu.com.br (2020).

Vale ressaltar que as Cataratas do Iguaçu ficam localizadas dentro do Parque Nacional do Iguaçu (PNI), administrado pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), criado através da Lei 11.516 de 28 de agosto de 2007, e integra o Sistema Nacional do Meio Ambiente, que tem por objetivo propor, implantar, gerir, proteger, fiscalizar e monitorar as Unidades de Conservação federais, como o Parque Nacional do Iguaçu (ICMBio, 2020).

Para explorar o Parque Nacional do Iguaçu economicamente foi constituída em dia 18 de janeiro de 1999 a Cataratas do Iguaçu S.A. que faz parte do Grupo Cataratas, responsável por implantar, operar, administrar, manter e fazer o aproveitamento econômico das áreas concedidas pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA). (CATARATAS DO IGUAÇU, 2020).

A Cataratas do Iguaçu S.A administra outro atrativo em Foz do Iguaçu - o Marco das Três Fronteiras, tendo sido vencedora do edital para administrar este atrativo em 2015. O objetivo do edital básico de concessão era a ampliação dos serviços turísticos oferecidos aos visitantes, incluindo sua revitalização.

O edital, em seus antecedentes legais e históricos, pontua que após a assinatura do tratado que delimitou as fronteiras entre Brasil e Argentina, assinado em 1898, foi instalado em julho de 1903 o obelisco do Marco das Três Fronteiras do lado brasileiro. Porém, com a construção da Ponte da Fraternidade (1985) o Porto Meira, local de onde partiam e chegavam balsas para conectar Brasil e Argentina ficou desativado, isolando o Marco das Três Fronteiras do circuito turístico, tendo como justificativa, então a sua revitalização para melhor aproveitamento deste atrativo turístico (PREFEITURA MUNICIPAL DE FOZ DO IGUAÇU, 2015).

Desta forma, o Marco das Três Fronteiras foi revitalizado e inaugurado em dezembro de 2016 e conta com uma arquitetura que remete às missões jesuíticas, desde a fachada, centro de recepção de visitantes e nas praças que compõem o atrativo. No centro de recepção há uma vitrine com artes guaranis e uma galeria com réplicas do filme "A Missão" de 1986 que retrata a formação, perseguição e destruição das reduções jesuíticas. A infraestrutura conta ainda com uma sala de cinema com exibição de um filme que retrata a história dos jesuítas na região, loja de *souvenirs*, praça de alimentação, um restaurante nomeado "Cabeza de Vaca" em homenagem à Álvaro Núñez Cabeza de Vaca, playground infantil, labirinto cultural com pinturas feitas por artistas do Brasil, do Paraguai e da Argentina, além de apresentações culturais que ocorrem de terça-feira a domingo a partir das 19h30.

Próximo à entrada do centro de recepção de visitantes das Cataratas do Iguaçu (lado brasileiro) há outro atrativo que também tem tido um expressivo aumento do número de visitantes nos últimos anos - o Parque das Aves, inaugurado em 1994.

O Parque das Aves possui uma área de 16 mil hectares de Mata Atlântica e mais de 1.300 aves e 130 espécies, dispostas em um formato de zoológico com

viveiros de imersão. Existem três passeios oferecidos aos visitantes: o passeio tradicional que a maioria dos visitantes adquire o ingresso e engloba as trilhas do parque e quatro viveiros de imersão com aves como flamingos, tucanos, araras, harpias, corujas, papagaios, além de répteis e um borboletário; o *backstage experience* em que o visitante pode interagir diretamente com as aves em um espaço privativo; e o *forest experience* que consiste em uma apresentação de uma celebração de alguns membros indígenas Mbyá-Guarani em meio à Mata Atlântica (PARQUE DAS AVES, 2020).

Há uma grande aposta do Parque das Aves na conservação, em que mais de 50% das aves existentes no parque são provenientes de apreensões, somado ao desenvolvimento de um trabalho de conservação de espécies vulneráveis e ameaçadas de extinção, principalmente da Mata Atlântica. Além disso, há um Centro de Conservação Integrada de Espécies da Mata Atlântica que desenvolve pesquisa, conservação e educação ambiental com diversos públicos, dentre eles estudantes. Estes esforços contribuem para que o Parque das Aves realize o atendimento a mais de 35 mil alunos por ano e possua uma média de visitação anual acima de 800 mil visitantes nos passeios turísticos, tendo inclusive chegado à marca de 936.673 em 2019 (PARQUE DAS AVES, 2020).

Estes atrativos citados são os que mais recebem visitantes em Foz do Iguaçu, mas existe um grande leque de atrativos turísticos na cidade, que pode ser visualizado no Quadro 3:

Quadro 3 – Atrativos Turísticos de Foz do Iguaçu

Atrativo	Atrativo Principal	Demais passeios/atrações
Parque Nacional do Iguaçu	Cataratas do Iguaçu	Trilha do Poço Preto, Trilha das Bananeiras, Macuco Safari, Voo de helicóptero
Complexo Turístico de Itaipu	Itaipu Panorâmica	Itaipu Ecomuseu, Itaipu Refúgio, Itaipu Iluminada, Itaipu Especial, Polo Astronômico, Visita técnico-institucional, Kattamaram I[1]
Parque das Aves	Passeio tradicional	Backstage experience, Forest Experience
Complexo Turístico Marco das Américas	Marco das Três Fronteiras	Show latino-americano

Kattamaram II	Pôr do sol com jantar	Encontro das Águas com opcional de almoço, Museo Moisés Bertoni com café da manhã, Passeio Três Fronteiras
Complexo Dreamland	Museu de Cera	Maravilhas do Mundo, Vale dos Dinossauros, Ice Bar Dreams
Tipo do Atrativo	Atrativos	Observações
Religiosos	Mesquita Omar Ibn Al Khattab, Templo Budista, Igreja Católica São João Batista	Templo islâmico, budista e cristão
Parque Aquático/termal	Acquamania Water Park, Blue Park, Parque Aquático Cataratas	Parque aquático e águas termais
Ecoturismo/Aventura	Aguaray Eco Sports, Parque das Cachoeiras, Iguassu Secret Falls, Skydive Foz	Stand Up Paddle, Trilhas, Canoagem, Banho de cachoeira, Salto de Paraquedas
Culturais/artesanato	Iguassu City Tour, Rafain Churrascaria Show, Iporã Lenda Show, Show Brasil Churrascaria, Coart, CEAEC	O City tour envolve parada e passagem por monumentos históricos e atrativos. Os shoes expressam a cultura latinoamericana. A Coart é um centro de artesanato e o CEAEC é um centro de estudos da conscienciologia
Outros	Zoológico Bosque Guarani, Wish Resort Campo de Golf, Shopping Cataratas JL e Shopping Catuaí	Zoológico, Campo de Golf e shopping centers

Fonte: Elaborado pela autora, baseado na Tabela de Atrativos e Entretenimentos (PREFEITURA MUNICIPAL DE FOZ DO IGUAÇU, 2019).

Existem outros atrativos turísticos que não foram citados, como o *Iguassu Free Walking Tour*, o Espaço de Memória do Gresfi e a Feirinha da JK. O primeiro trata-se de um tour a pé guiado, oferecido por um hostel de Foz do Iguaçu. A autora participou do tour em 31 de março de 2021 e pôde constatar diversos discursos produzidos. O passeio foi guiado pelo guia Diego e tem como ponto de partida um restaurante oriental chamado *Sushi Hokkai* localizado no centro da cidade, tendo sido escolhido para ressaltar a multiculturalidade de Foz do Iguaçu, segundo o guia. Constatou-se também uma grande riqueza de informações relacionadas a fatos históricos, avenidas utilizadas no passado, prédios onde localizavam-se a primeira prisão, fórum, igreja, hotel cassino, dentre outros, além de lendas, contos antigos, fatos políticos e informações sobre o meio ambiente quando se aproxima da barranca do Rio Paraná,

ponto final do percurso. Neste local é possível apreciar o pôr do sol, comer peixe frito e tomar uma cerveja no bar de um pescador antigo na cidade - o Popeye - um atrativo, que segundo o guia, é muito valorizado pelo público estrangeiro. Sobre esta questão, Diogo diz que está havendo uma mudança no público, tendo aumentado o interesse dos turistas de nacionalidade brasileira pelo passeio.

O Espaço Memória do Gresfi está vinculado a um projeto de extensão de educação patrimonial da UNILA e conta com um circuito histórico-cultural com sete pontos: Praça, Entrada abrigada, Salão do Terminal de Passageiros, Embarque e Desembarque, Posto de Serviço da PANAIR e Pista de Pouso. Há previsão de inauguração de mais um ponto em 2022 - a Torre de Controle.

A autora visitou o Espaço Memória do Gresfi em 17 de junho de 2021, tendo a visita guiada pelo guia Marcos, que apresentou em seu discurso diversas informações técnicas e históricas, desde a falta de comunicação de Foz do Iguaçu com outras cidades que originou a ideia de construção de um aeródromo, cedida assim a chácara do Sr. Fulgêncio Pereira para a construção do que veio a tornar-se o primeiro aeroporto de Foz do Iguaçu. São apresentadas informações sobre os primeiros voos, escolha da arquitetura, como era a operação do aeroporto, disposição de cada espaço, até o período do último voo (1969) após a construção do Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu, distante do centro da cidade e com pista maior para possibilitar o pouso de aeronaves de porte maior. Seguindo a linha temporal, o guia informa sobre a transformação do Gresfi de aeroporto em clube social e esportivo, passando a sediar eventos sociais como casamentos, carnaval, dentre outros, que igualmente faz parte da memória dos iguaçuenses.

Ninoff e Farias (2006) ao investigarem como a memória oral relacionada ao início da aviação em Foz do Iguaçu poderia ser utilizada na valorização da identidade local, ressaltam que o fenômeno turístico se apropria de espaços passíveis de exploração, sendo estes inventados ou genuínos e, quanto mais atrativos puderem ser usados pela atividade turística maior é a sua expansão. Acrescentam, ainda, que a memória e a identidade da comunidade local carregam peculiaridades em sua essência, sendo inclusive um diferencial, pelo fato de apresentarem significados próprios, valorizarem e especializarem a cultura de um determinado local, tornando-se assim, a própria memória e a identidade locais produtos para o desenvolvimento da atividade turística.

A Feirinha da JK é uma das cinco feiras livres criadas pela Lei nº 3.427/2008 que originou a Feira Livre das Nações. Esta feira ocorre aos domingos no período da manhã no centro da cidade, na avenida de mesmo nome e conta com produtos manufaturados, *in natura* e prontos para o consumo. Uma das principais características da Feirinha da JK que atrai moradores e turistas é a diversidade culinária, que inclui desde o pastel com caldo de cana, rolinho primavera, yakisoba, vatapá às esfihas árabes, dentre outros. A diversidade cultural tem contribuído para a pregação de um discurso que objetiva construir a imagem de uma Foz do Iguaçu multicultural devido às diversas etnias presentes na cidade.

Esta diversidade realmente está presente nas bancas da Feirinha da JK, todavia, Klauck e Szekut ressaltam que este discurso faz parte de uma estratégia utilizada pelo poder público e setor turístico de Foz do Iguaçu para afirmar uma convivência harmoniosa entre as etnias, o que corresponde com o enquadramento e fixação de uma memória coletiva. Estes mesmos autores advertem que não é possível criar uma identidade coletiva, pois as identidades são plurais, não são homogêneas (KLAUCK; SZEKUT, 2013).

De outro lado, não se pode negar a imersão cultural que visitar feiras e mercados proporcionam, conforme ressaltam Stefanutti, Welter e Gregory (2019):

Ir a feiras e mercados é falar de comidas, ingredientes, matérias-primas, pessoas, culturas e territórios. Estes espaços são fluídos e estão em constante construção no horário de funcionamento, em que pessoas, ingredientes, feirantes, aromas, cores, texturas, mercadorias e clientes se encontram e se desencontram. São lugares onde ocorrem, além da compra de produtos, conversas informais, trocas de conhecimentos, - como melhor conservar ou preparar produtos, por exemplo - segredos e dicas entre quem vende e quem compra. (STEFANUTTI, WELTER E GREGORY, 2019, p. 29).

As feiras fazem parte do cotidiano da comunidade local e são características dos seus saberes e fazeres e igualmente podem ser consideradas atrativos turísticos, conforme ressalta o Ministério do Turismo (2006, p. 17):

o próprio cotidiano pode constituir-se em atrativo, já que o turista cultural busca relacionar-se com a comunidade e identificar os saberes e fazeres que compõem a identidade local [...] expressas principalmente na gastronomia típica, nas festas e celebrações populares, nas lendas, histórias e causos locais, nos produtos artesanais de origem e nos modos peculiares de receber o visitante. Todos esses elementos constituem atrativos essenciais que caracterizam o Turismo Cultural.

Ainda segundo o Ministério do Turismo (2006), o envolvimento da comunidade local tem papel fundamental no processo de organização do turismo cultural, para revelar aspectos ainda não registrados ou que não constam na história oficial. Esta valorização da comunidade pelo turismo “enriquece a experiência do turista e reforça o sentimento de pertença local” (MTUR, 2006, p. 17).

A partir deste sentimento de pertencimento do morador com o local, podem ser realizadas ações de preservação, conservação e educação patrimonial, capazes de transformar a imagem de um lugar, contribuindo para a valorização de monumentos arquitetônicos, mas igualmente da história, dos saberes, dos fazeres e da memória tanto por seus moradores quanto pelos turistas que visitam determinado destino turístico.

Para que isto ocorra, faz-se necessário que estas preocupações sejam apresentadas e colocadas em prática nos planos de desenvolvimento turísticos e conseqüentemente na legislação municipal, estadual ou federal, para que viabilizem a sua aplicabilidade. A análise para compreender se os saberes e fazeres locais foram considerados no processo de planejamento turístico de Foz do Iguaçu ao longo do tempo será realizada no quarto capítulo desta tese.

Após esta descrição dos atrativos turísticos existentes em Foz do Iguaçu e sua representatividade e contribuição para a prospecção de turistas para um destino turístico, salienta-se que apesar de atraírem turistas, eles são insuficientes para garantir a consolidação de uma localidade como um destino turístico. Assim, cabe ressaltar que foram realizadas intensas mobilizações relacionadas ao provimento de infraestrutura para o desenvolvimento de Foz do Iguaçu como um todo, tendo o turismo como justificativa em muitos casos.

De fato, a infraestrutura foi responsável pelo desenvolvimento da atividade turística se observarmos que os estados mais próximos do Paraná são os principais polos emissores de turistas para Foz do Iguaçu, segundo levantamento realizado de 2000 a 2012 pela Paraná Turismo (Tabela 4). Isto deve-se à construção da BR-277, que proporcionou a partir da década de 1970, que Foz do Iguaçu passasse a contar com infraestrutura necessária para receber visitantes rodoviários do estado do Paraná e demais estados da região sul do Brasil e de São Paulo.

Tabela 4 - Procedência dos visitantes do PNI por estados brasileiros (%)

Procedência – Polos Emissores Brasileiros (%)										
ESTADOS	2000	2001	2002e	2003	2004e	2005	2006e	2007e	2008	2012
Paraná	27,5	31,9	30,2	31,5	28,5	28,6	26,3	27,7	42,9	22,0
Rio de Janeiro	3,9	3,0		3,8	5,0	3,3	3,5	3,3	3,6	4,9
Rio Grande do Sul	5,1	5,1	6,0	5,3	5,1	8,4	5,6	5,5	6,0	8,1
Santa Catarina	4,5	5,1	5,6	4,8	4,1	8,7	8,5	7,4	8,4	8,9
São Paulo	14,4	12,6	14,1	9,7	13,1	15,1	15,4	14,7	12,2	17,8
Outros Estados	8,3	7,7	7,9	6,9	8,2	10,0	10,5	12,9	11,7	12,8
Total de Brasileiros	63,7	65,4	63,8	62,0	64,0	74,1	69,8	71,5	84,8	3

Nota: e – estimativas **Fonte:** Inventário Técnico de Estatísticas Turísticas de Foz do Iguaçu (Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu, 2017, baseado em levantamento realizado pela Paraná Turismo, 2000-2012).

Estes dados ressaltam um turismo regional, que a (não) construção ou falta de manutenção de rodovias pode influenciar no número de visitantes de um destino turístico. Outras obras de infraestrutura foram realizadas nos últimos anos em Foz do Iguaçu, com destaque para o viaduto na entrada da cidade, na BR 277, km 725, no cruzamento com a Avenida Costa e Silva, inaugurado em dezembro de 2019 que possibilitou maior fluidez tanto para quem chega em Foz do Iguaçu, quanto para quem se desloca para o Paraguai (AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DO PARANÁ, 2019).

Uma das reivindicações de infraestrutura turística mais antigas foi anunciada em 28 de fevereiro de 2020 pelo governador do Estado do Paraná, Carlos Massa Ratinho Junior - a duplicação da BR 469, conhecida como Rodovia das Cataratas. O projeto executivo estava finalizado e a ordem de serviço seria assinada em setembro de 2020, tendo como objetivo eliminar o gargalo logístico da cidade, melhorando o trânsito no principal corredor turístico de Foz do Iguaçu, que liga o centro da cidade às Cataratas do Iguaçu, Centro de Convenções e Aeroporto Internacional de Foz do

Iguaçu (AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DO PARANÁ, 2020), com investimento de aproximadamente R\$ 135 milhões.

O anúncio da duplicação da Rodovia das Cataratas foi feito na inauguração das obras de ampliação do Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu em 28 de fevereiro de 2020. Segundo a Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (INFRAERO,2020), esta primeira fase contou com as seguintes melhorias:

[...] mudanças na área de check-in, nova sala de embarque para voos domésticos e internacionais, expansão dos espaços destinados às áreas comerciais; além de novos banheiros, escada rolante e carrosséis de bagagens. O terminal também ganhou dois novos elevadores e quatro novas pontes de embarque, que vão melhorar a fluidez na circulação dos passageiros que embarcam ou desembarcam em Foz. (INFRAERO, 2020).

Além disso, em junho de 2019 outras melhorias já tinham sido entregues, como a sala de embarque doméstico que aumentou três vezes a área, sanitários e saguão de passageiros que igualmente tiveram aumento. Estas obras totalizaram um investimento de R\$ 42,4 milhões segundo a INFRAERO (2020), ampliando a capacidade de recebimento de passageiros de 2,6 milhões de passageiros por ano, para 5 milhões (AGÊNCIA BRASIL, 2020).

Ainda segundo a Agência Brasil (2020), nesta mesma data, o Ministro da Infraestrutura, Tarcísio Gomes de Freitas assinou a ordem de serviço para iniciar a segunda etapa das obras, que será a ampliação da pista do aeroporto em 600 metros, que viabilizará o pouso de aeronaves maiores e voos diretos tanto para a América Central, como para os Estados Unidos.

O ex-Secretário de Turismo, Indústria, Comércio e Projetos Estratégicos de Foz do Iguaçu, Gilmar Piolla²², publicou em 28 de fevereiro de 2020 em seu perfil pessoal na rede social Facebook que este dia seria histórico para Foz do Iguaçu devido a estas obras de infraestrutura, que serão responsáveis por transformar o aeroporto de Foz do Iguaçu em um *hub* turístico:

Um dia que vai entrar para a história de Foz do Iguaçu. Daqui a pouco, haverá inauguração das obras de reforma e ampliação do terminal de passageiros do Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu. Além disso, será assinada

²² Gilmar Piolla foi Secretário de Turismo, Indústria, Comércio e Projetos Estratégicos de Foz do Iguaçu por quatro anos, tendo deixado o cargo em 30 de novembro de 2020. Mais informações em: https://www.mercadoeventos.com.br/_destaque_/slideshow/gilmar-piolla-deixa-secretaria-de-turismo-de-foz-do-iguacu-para-atuar-em-itaipu/. Acesso em 25 de Set. de 2021. Atualmente (2021) o Secretário de Turismo é Paulo Angeli.

ordem de início dos serviços para ampliação da pista de pouso e decolagem dos atuais 2.195 para 2.800 metros. Nossa gratidão à Infraero, Itaipu Binacional, Governo do Estado do Paraná, Fundo Iguaçu e ao Ministério da Infraestrutura/Secretaria Nacional de Aviação Civil pelo investimento. Juntos, vamos transformar o aeroporto de Foz em hub da América do Sul e o de maior movimento da região Sul do Brasil. Mais conectividade = mais turismo e desenvolvimento. (FACEBOOK.COM, 2020).

Outras obras de infraestrutura já foram aprovadas e estão em andamento ou em fase de desenvolvimento de projetos, captando recursos para sua execução, como a construção da segunda ponte entre Brasil e Paraguai, a Perimetral Leste, Projeto Beira Foz, Parques Lineares e a duplicação de avenidas, consideradas obras de grande porte pelo Plano de Mobilidade Urbana de Foz do Iguaçu (2018).

A Perimetral Leste visa reestruturar e construir vias, rotatórias, viaduto e trincheiras para direcionar o fluxo de veículos pesados, desafogando o tráfego no centro da cidade no trecho de interligação entre a BR-277, a Ponte da Fraternidade (Brasil-Argentina) até a futura integração com a segunda ponte entre Brasil e Paraguai. Serão realizadas obras para transições com vias estruturais como a Avenida Felipe Wandscheer, a Avenida República Argentina e a Avenida Uirapuru, além dos acessos na BR-277 e Avenida das Cataratas (BR-469) em uma extensão de 10,46 km. O trecho completo pode ser visualizado na figura 10 e o valor estimado para as obras é de R\$ 100 bilhões, segundo o Plano de Mobilidade.

Figura 10 - Mapa de implantação da Perimetral Leste



Fonte: PTI-BR (PLANO DE MOBILIDADE URBANA DE FOZ DO IGUAÇU, 2018).

A construção da segunda ponte entre Brasil e Paraguai é igualmente uma reivindicação antiga, que tem como motivação principal desafogar o trânsito na Ponte da Amizade, para dividir o fluxo. Assim, a Ponte da Amizade seria destinada ao fluxo de pessoas e veículos para a atividade comercial e a nova ponte seria destinada ao fluxo de veículos pesados, congregando os esforços do desvio destes veículos com o projeto da Perimetral Leste.

Percebe-se o olhar para o turismo, pois é citado no Plano de Mobilidade que “a ponte poderá ser inserida ao circuito turístico, dado o visual arrojado e icônico²³ previsto no projeto elaborado pelo DNIT²⁴” (PLANO DE MOBILIDADE URBANA DE FOZ DO IGUAÇU, 2018, p. 117). O discurso relacionado ao turismo é utilizado logo no início da descrição sobre o projeto no documento, quando ressalta que com a construção da segunda ponte poderá incentivar o desenvolvimento das regiões brasileiras e paraguaias do entorno, devido às estruturas que serão construídas para o atendimento tanto aos turistas quanto do transporte de cargas. O valor estimado para a conclusão da obra é de R\$ 260 milhões e terá a extensão de 760 metros, segundo o mesmo documento²⁵.

O projeto Beira Foz trata-se de uma intervenção ao longo da margem dos rios Paraná e Iguaçu para conectar os dois perímetros da cidade por vias terrestres, estimada em 600 hectares de área aproximada de intervenção e valor estimado em R\$ 438 milhões. Foi realizado um estudo de viabilidade, estudo de crescimento urbano da região, ocupação e uso do solo, mobilidade, infraestrutura e outros pela empresa ARUP, contratada pela Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu, com proposta de setorização de habitação de interesse social, médio e alto padrão (PLANO DE MOBILIDADE URBANA DE FOZ DO IGUAÇU, 2018).

Os discursos do plano são relacionados ao aproveitamento dos rios, aumento do senso de pertencimento, conscientização em relação à preservação ambiental, história da região trinacional e fortalecimento da região por meio do incentivo de

²³ Este visual seria o formato estaiado, no estilo da Ponte Octávio Frias de Oliveira em São Paulo.

²⁴ DNIT - Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes

²⁵ Em 1º de agosto de 2019 foi assinada a Ordem de Serviço pelo Governo do Paraná e Itaipu para a construção da segunda ponte, que iniciou-se em 07/08/2019, com previsão de conclusão em três anos. Para saber mais: <https://g1.globo.com/pr/oeste-sudoeste/noticia/2019/08/07/consorcio-inicia-construcao-da-segunda-ponte-entre-o-brasil-e-o-paraguai.ghtml>. Acesso em 26 jan. 2021.

implementação de infraestrutura comercial, escolar, de lazer, além de empreendimentos turísticos hoteleiros, gastronômicos e culturais. Todavia, não há previsão de início da execução do projeto devido à falta de financiamento.

Além destes projetos descritos no Plano de Mobilidade, sendo muitos apoiados política e/ou financeiramente pela Itaipu, outros projetos são subsidiados pela própria entidade binacional, como o Mercado Municipal e a revitalização do Gramadão.

O projeto do Mercado Municipal já foi colocado em prática, utilizando o espaço da extinta Companhia Brasileira de Alimentos (COBAL), galpão onde empregados da Itaipu e moradores se abasteciam. As obras, estimadas em R\$ 9.170 milhões iniciaram-se em 24 de setembro de 2018 e preveem a construção de um espaço de mais de 3.500 metros quadrados com 70 boxes para comercialização de diferentes produtos (ITAIPU, 2021²⁶). O descritivo sobre a construção do Mercado Municipal está no menu de Responsabilidade Social no website da Itaipu Binacional, e cita como benefícios da construção deste espaço a valorização da agroindústria, produção e a comercialização de produtos da agricultura familiar.

Porém, há, igualmente, discursos relacionados ao turismo, em que empreendimentos turísticos públicos e privados divulgam a construção do Mercado Municipal como potencial produto turístico. O portal Mercado & Eventos noticia que o Mercado Municipal fará parte de um roteiro turístico que incluirá os atuais atrativos turísticos do Complexo turístico de Itaipu, além do Gramadão, que também está sendo revitalizado, com previsão de conclusão prevista para 2021, com investimento estimado em R\$ 2,6 milhões (PORTAL MERCADO E EVENTOS, 2021²⁷).

O Gramadão consiste em uma área pertencente à Itaipu Binacional localizado em uma das vilas habitacionais criadas no período da construção da Usina, atualmente chamado "Itaipu A"²⁸. O nome se deve à sua forma de organização, que trata-se de uma área de grama verde com 8 mil metros quadrados utilizado para lazer, prática de exercícios físicos, eventos sazonais, culturais e esportivos²⁹, além de apresentações culturais e shows musicais.

²⁶ Disponível em: <https://www.itaipu.gov.br/responsabilidade-social/mercado-municipal>. Acesso em 26 Jan. de 2021.

²⁷ Disponível em: https://www.mercadoeventos.com.br/_destaque_/slideshow/com-itaipu-e-mercado-municipal-foz-do-iguacu-tera-novo-circuito-turistico/. Acesso em 26 Jan. 2021.

²⁸ Anteriormente o bairro se chamava "Vila A", tendo sido alterado pela Lei Complementar 303/2018 que alterou limites e nomes dos bairros em Foz do Iguaçu.

²⁹ Em 2005 houve partidas de vôlei de praia com grandes atletas brasileiros como: Tande, Carlão, Paulão, Pampa, Pará, Já, Guilherme, Franco e Xandó. Disponível em:

Sobre a revitalização do Gramadão, O Portal Mercado e Eventos (2020) ressalta que o espaço receberá novo mobiliário urbano, ordenamento e adequação das barraquinhas de comidas, reforço na iluminação, arborização e paisagismo, instalação de arquibancadas de concreto, criação de rampas e adaptação da Concha Acústica para diferentes tipos de espetáculos. No fim do *press release*³⁰ é ressaltado o turismo como a vocação natural da cidade pelo então diretor-geral brasileiro da Itaipu, Joaquim Silva e Luna³¹: “O turismo é uma vocação natural de Foz do Iguaçu. É uma atividade que gera riquezas e benefícios para centenas de milhares de pessoas em toda a região”.

Conclui-se que há grandes esforços para melhorar e ampliar a infraestrutura de Foz do Iguaçu para projetá-la como importante destino turístico nacional e internacional. As obras de infraestrutura citadas são carregadas por discursos que têm como principal motivo o desenvolvimento turístico em alguns casos, ou em outros se entrelaçam com o turismo, sendo esta, uma recorrente justificativa para investimentos bilionários que de fato subsidiam o desenvolvimento regional.

Porém, é necessário compreender quem ou quais setores estão incluídos ou excluídos deste desenvolvimento e o que é considerado como desenvolvimento - se apenas a infraestrutura ou se são pensadas políticas e ações que promovam o aumento da diversidade de atrativos, não só de ecoturismo, mas igualmente de turismo cultural, que por sua vez, poderiam auxiliar no aumento do sentimento de pertencimento local aos moradores ao valorizar suas histórias, saberes e fazeres.

A tecnologia tem contribuído para a disseminação de informações de uma maior diversidade de atrativos através dos conteúdos online, pois com a internet não apenas grandes portais privados ou públicos podem disponibilizar conteúdo sobre um destino, mas igualmente a própria oferta turística ou os viajantes fazem *reviews* sobre

<https://www.folhadelondrina.com.br/esporte/feras-do-volei-de-praia-jogam-em-foz-do-iguacu-519001.html>. Acesso em 26 Jan. 2021.

Em 2014 o Gramadão foi palco do Campeonato Sul-Americano de Slackline (Facebook Itaipu Binacional, 2014).

Outros eventos: Festa Maina, Programação de natal da Itaipu Binacional, Campeonato de Arremesso de Celular, abertura oficial da 3ª etapa dos Jogos de Aventura e Natureza, dentre outros eventos.

³⁰ No website da Itaipu Binacional as informações sobre o Mercado Municipal e o Gramadão limitam-se a informar o objetivo principal, data de início das obras e estimativa do investimento. No *press release* fica claro o posicionamento da empresa em comunicar ao setor turístico que as obras serão futuros produtos turísticos.

³¹ Joaquim Silva e Luna foi diretor-geral brasileiro da Itaipu Binacional de fevereiro de 2019 a fevereiro de 2021.

os atrativos visitantes, hotéis ou pousadas, restaurantes, etc. Assim, reflete-se sobre o turismo na era digital na subseção a seguir.

2.3 O TURISMO NA ERA DIGITAL

Diversos segmentos se beneficiaram com o advento da internet a partir do final da década de 1960 e sua posterior popularização - a partir da primeira década do século XXI, dentre eles o turismo. Segundo pesquisa realizada pela TIC Domicílios (2019), 70% dos brasileiros tiveram acesso à internet em 2018, o equivalente a 126,9 milhões de pessoas conectadas, principalmente via *smartphone*.

Em relação ao turismo, o crescimento das vendas online igualmente foi significativo, segundo o relatório Webshoppers 36 (2017), com alta de 72% em 2016 comparado a 2012, o que representou um faturamento de 30 bilhões de reais no Brasil.

Este crescimento pode estar relacionado com a popularização da internet associada à uma mudança em como a sociedade tem se relacionado com o mundo digital, em que as pessoas tem utilizado a internet para diversos fins, desde pesquisas acadêmicas, estudo formal como o ensino à distância, atualização sobre notícias e diversos temas, compras de produtos, reuniões online, trabalho e estudo remoto³², e igualmente pesquisa sobre destinos turísticos, como o que fazer, onde comer, como se locomover, preço de passagens e ingressos, etc.

Em 1996 Valls já ressaltava como a tecnologia pode encurtar barreiras entre a demanda e a oferta turística, com destaque para a instantaneidade na troca de informações:

A tecnologia atual modifica drasticamente a relação existente entre produtos e serviços turísticos com os clientes. As informações que fluem através dos novos meios de comunicação são objetivas, instantâneas e completas, com isto o turista evita o embaraçoso e lento processo de busca e seleção de informações em diversas fontes (VALLS, 1996; 111).

Atrair o público-alvo online e se relacionar com ele entregando conteúdo de qualidade pode ser uma excelente estratégia de marketing digital para qualquer segmento, dentre eles, o turismo. Os consumidores estão cada vez mais ativos e acessando cada vez mais canais de comunicação, segundo Adolpho (2011). Porém,

³² Fenômeno verificado em larga escala devido ao isolamento social para prevenção da disseminação da pandemia da Covid-19, ocorrida principalmente em 2020.

segundo este mesmo autor, “atingir o consumidor em todos os lugares em que ele se encontra é cada dia mais difícil” (ADOLPHO, 2011, p. 124).

Para isso, é importante conhecer o público-alvo do negócio e seus interesses, pois “o que buscamos fala muito sobre nosso modo de ver o mundo e entender isso pode ser um importante diferencial competitivo” (ADOLPHO, 2011, p. 352).

Como as redes sociais têm apresentado uma característica transitória, uma vez que os usuários migram entre redes sociais para aquelas consideradas “do momento”³³, uma boa estratégia é concentrar os maiores esforços no posicionamento orgânico nos mecanismos de busca, como o Google, pois ele “atrai grande parte das buscas de todo o mundo” (ADOLPHO, 2011, p. 352).

Com a procura de informações diversas sobre destinações turísticas, organizações públicas e privadas do setor passaram a produzir conteúdo de diversos formatos, inclusive migrando ou mesclando mensagens textuais para vídeos com o intuito de atrair seus públicos e relacionar-se com ele, com foco na conversão³⁴.

Porém, atrair a audiência para os canais de relacionamento, especialmente para o site de uma empresa da oferta turística ou destino não é tarefa simples. É preciso ficar bem posicionado nos buscadores, como o Google, para termos (palavras-chaves) relacionados ao turismo. Fez-se um exercício de forma a exemplificar o posicionamento e busca online de interessados em visitar Foz de Iguaçu para demonstrar como se pode atrair o público-alvo online.

O primeiro passo na escolha de um destino turístico pode envolver a disponibilidade e facilidade de voos e, conseqüentemente, passagens aéreas a preços competitivos para este destino. Uma promoção de passagem aérea ou pacote com voo e hospedagem pode determinar a escolha de um destino, principalmente quando este é distante. No caso de um destino próximo a viagem pode ser realizada de carro ou ônibus e fatores como infraestrutura viária e quantidade de pedágios podem aumentar ou diminuir as chances da escolha pelo turismo rodoviário. Em ambos casos, após a definição da forma de deslocamento do local de residência ao destino turístico, iniciam-se as buscas por meios de hospedagens e atrativos turísticos

³³ O Orkut teve muito sucesso nos anos 2000, mas foi encerrado em 2020. O Facebook passou a ser a rede social do momento (fundado em 2004) e que atualmente é a maior rede social do mundo, com 2,8 bilhões usuários, seguido do Instagram com 1,3 bilhões (lançado em 2010). E, mais recentemente o Tik Tok, que apesar de ter sido lançado em 2012, tem se tornado muito popular atualmente (2021) entre um público mais jovem, despertando interesse de grandes marcas (2021), contando com 732 milhões de usuários (OFICINA DA NET, 202133),

³⁴ A conversão pode ser o e-mail de contato de um possível cliente ou a venda especificamente.

que são sintetizados na forma palavras-chaves digitadas da caixa de pesquisa dos buscadores.

No caso hipotético de uma viagem para Foz do Iguaçu, termos alusivos ao próprio nome da cidade ou relativos à passagem para Foz do Iguaçu ou aos seus atrativos turísticos podem ser utilizados para obter informações sobre o destino. Relacionadas ao termo ‘foz do iguaçu’ estão outros diversos termos, conforme pode ser verificado nos resultados da ferramenta SemRush (Figura 11).

Figura 11 – Termos relacionados a ‘Foz do Iguaçu’ no SemRush

Variações da palavra-chave			Perguntas			Palavras-chave relacionadas	
260,1K Volume total: 1,4M			7,7K Volume total: 25,1K			1,3K Volume total: 947,8K	
Palavras-chave	Volume	KD%	Palavras-chave	Volume	KD%	Palavras-chave	Volume
foz do iguaçu	135,0K	46 ●	o que fazer em foz do iguaçu	5,4K	29 ●	foz do iguacu	9,9K
previsão do tempo foz do iguaçu	18,1K	39 ●	onde fica foz do iguaçu	2,4K	14 ●	foz do iguaçu	480
hotel em foz do iguaçu	14,8K	26 ●	onde fica a foz do iguaçu	480	12 ●	voz do iguaçu	590
prefeitura de foz do iguaçu	14,8K	49 ●	onde comer em foz do iguaçu	390	19 ●	foz de iguacu	590
hotel foz do iguaçu	12,1K	24 ●	o que fazer em foz do iguaçu a noite	260	13 ●	foz iguacu	720
Exibir as 260.120 palavras-chave			Exibir as 7.741 palavras-chave			Exibir as 1.298 palavras-chave	

Fonte: SemRush (2021)

Observa-se que o termo possui uma quantidade “X” de resultados, chamado de volume de busca. O termo ‘Foz do Iguaçu’ possui 135 mil buscas mensais e, caso sejam somadas suas variações - sem cedilha, com acento ou inicial maiúscula o volume aumenta para 260,1 mil buscas mensais.

Pode-se observar, igualmente, perguntas realizadas relacionadas ao termo, como ‘o que fazer em foz do iguaçu’, ‘onde comer em foz do iguaçu’, dentre outros. O conhecimento do comportamento dos usuários (quais termos são pesquisados) e a apropriação de determinadas palavras-chave podem definir quais empresas ou organizações se destacam em um segmento, conforme aponta Adolpho:

A análise das palavras-chave de um negócio pode constituir a mais barata e certa pesquisa de mercado existente. [...] As empresas que sabem trabalhar suas palavras-chave saem vencedoras nesse jogo. [...] Apropriar-se de uma palavra-chave significa ser encontrado na primeira posição dos buscadores para uma busca de uma palavra. Para isso é necessário conteúdo, muito conteúdo. (ADOLPHO, 2011, p. 530).

Em relação aos resultados apresentados no Google quando um usuário digita uma palavra-chave no buscador, existem dois tipos: os resultados naturais ou orgânicos e os patrocinados (ADOLPHO, 2011). A busca orgânica refere-se aos resultados não pagos e os patrocinados são os resultados em que o anunciante paga por cliques e que geralmente aparecem no topo da página, com a indicação “Ad” antes do website do anunciante, conforme figura 12.

Figura 12 - Resultado Pesquisa Google Termo ‘Hotel em Foz do Iguaçu’

Google

hotel em foz do iguacu

All Images Maps Shopping Videos More Settings Tools

About 1,170,000 results (0.78 seconds)

Tip: Search for **English** results only. You can specify your search language in [Preferences](#)

Ad · www.booking.com/ ▾

Hotéis em Foz do Iguaçu - Melhor preço

Hotéis com pequeno-almoço em **Foz do Iguaçu** disponíveis. Confirmação na hora. Reserva segura. Melhor preço garantido. Nós falamos a sua língua. Apoio ao Cliente 24/7. Cancelamento grátis. Compare Opiniões. Tipos: **Hotéis**, Apartamentos, Villas, Albergues.

Reserve agora
Rápido, simples e fácil de usar.
Melhor preço. Sem taxas de reserva.

Reserve para amanhã
Reserva fácil, rápida e segura!
Novas ofertas todos os dias

Reserve para esta noite
Sua reserva confirmada na hora!
Serviço de Apoio ao Cliente 24 h

Sem taxas de reserva
Reserva online fácil e segura.
Compare Opiniões e Reserve Online.

Ad · www.bourbon.com.br/ ▾ 0800 701 8181

Promoção: Bourbon Foz do Iguaçu - Bourbon Hotéis e Resorts

Hospede-se em Perfeita Harmonia com a Natureza Exuberante da Região. A apenas 12...

Fonte: Google (2021)

As palavras-chaves evidenciam as direções que os possíveis consumidores tomarão em breve (ADOLPHO), ou seja, quais são seus desejos e necessidades. Desta forma, os usuários vão deixando “rastros” digitais, que se mapeados, podem ser verificados seus interesses para que sejam criados conteúdos e anúncios para ofertar produtos e serviços.

Para que uma empresa ou gestão de um destino turístico conheça quais palavras-chaves são utilizadas por seu público-alvo é necessário conhecer ou contratar profissionais especializados que podem fazer análises em ferramentas

específicas, como o SemRush já citado neste estudo, dentre outras, algumas inclusive, do próprio Google. Este trabalho envolve levantamento das palavras-chaves a serem trabalhadas e, segundo Adolpho (2011, p. 531) “o ideal é obter o maior número possível de palavras para poder escolher os melhores termos”, considerando número de ocorrências, volume de buscas e relevância com o negócio (ADOLPHO, 2011, p. 531).

Percebe-se até aqui a relevância do Google quando se fala em buscas online e quão complexo é o processo para apresentar os resultados quando digita-se uma palavra-chave na caixa de pesquisa, envolvendo muita tecnologia para que isto ocorra e, pasmem – em poucos segundos. Ao falar em buscadores, cabe destacar que há basicamente três tipos: os baseados em diretórios – que apresentam um catálogo de *links*, os baseados em metabuscas (demonstram resultados nas buscas de outros) e os baseados em *spiders* ou *crawlers* – que são robôs que escaneiam a internet de forma periódica em busca de palavras-chaves digitadas (ADOLPHO, 2011), sendo o Google classificado neste terceiro tipo de buscadores.

Para atribuir valor a uma página quando o Googlebot (robô do Google) a escaneia, são levados em consideração diversos fatores. Segundo o SemRush (2020) estes fatores são superiores a 200, sendo citados no blog 15 deles:

1) Conteúdo de alta qualidade: produzir textos com mais de 300 palavras, com conteúdo original, subdivididos em blocos menores para facilitar a leitura e atenderem aos critérios EAT do Google: especialização, autoridade e confiabilidade.

2) Palavras-chave na URL³⁵, títulos e descrições (SEO³⁶ On-page): incluir a palavra-chave no endereço do site, títulos e descrições.

3) Palavras-chaves certas: incluir as palavras pesquisadas pelo público-alvo que levam à página que se deseja divulgar.

4) *Backlinks* de qualidade: ter *links* externos de qualidade apontados para o site, interpretados pelo Google como sinal de confiança.

5) Segurança: proporcionar conexão segura para o usuário, por meio de criptografia (certificados SSL) com proteção dos dados dos usuários, além de ter um

³⁵ Do inglês: Uniform Resource Locator, é um termo técnico que traduzido para português seria Localizador uniforme de recursos e significa o endereço de rede de um site, por exemplo: www.google.com.

³⁶ Do inglês: *Search Engine Optimization*, que significa Otimização para os mecanismos de pesquisas – preparar o site para ser escaneado pelos mecanismos de busca.

site bem codificado e um mapa de site onde é apresentada uma visão geral de todas as páginas em formato de lista, facilitando o escaneamento.

6) Rastreabilidade: Facilitar o acesso a quaisquer arquivos *CSS*, *JavaScript* e de imagem usados no site para facilitar o rastreamento pelo Googlebot.

7) Velocidade de carregamento: Possibilitar carregamento ágil para o usuário, com baixo tempo de resposta.

8) Engajamento do usuário: Produzir conteúdos envolventes. O Google analisa este fator verificando a taxa de cliques e o tempo de permanência de usuário no site.

9) Dados estruturados: Inserir o código *Schema Markup* no site para auxiliar os mecanismos de pesquisa a determinar que tipo de página se trata, se é uma receita ou um artigo científico, por exemplo.

10) Autoridade do site: Buscar ter altas pontuações referente à autoridade do domínio. Devem ser observados os fatores já citados: *SEO on-page*, *backlinks* e velocidade de carregamento, dentre outros. Quanto maior a pontuação de um site, maior a probabilidade de aparecer nos primeiros resultados de busca para os termos pesquisados pelos usuários.

11) Compatibilidade com dispositivos móveis: Oferecer uma experiência de navegação amigável para usuários que utilizam tanto *desktop* quanto *smartphone*.

12) Diretórios de empresas confiáveis: Criar perfis do negócio em diretórios online relacionados ao setor, bem como no Google Meu Negócio para demonstrar que a empresa é real e legítima.

13) Coerência nas redes sociais: Ser ativo e trabalhar para aumentar o engajamento com os usuários nas redes sociais. Não basta ter muitos seguidores, o engajamento com estes deve ser ativo.

14) Otimização para os *Snippets* do Google: Otimizar para os *snippets* (resultados que aparecem antes dos resultados de pesquisas regulares). Um exemplo são conteúdos inspirados em perguntas dos usuários em que a resposta é apresentada em formato de listas.

15) Interface Amigável: Priorizar os interesses dos usuários, monitorando a experiência de navegação como um todo para que esta seja a mais agradável e fluída possível (SEMRUSH, 2020³⁷).

³⁷ Disponível em: <https://pt.semrush.com/blog/fatores-ranqueamento-google/>. Acesso em 25 de set. de 2021.

Apesar da exigência dos diversos fatores necessários para que uma página possa conquistar as primeiras posições da busca orgânica, muitas marcas têm feitos diversos esforços para otimizar seus sites, conquistar *backlinks* e produzir conteúdo relevante de qualidade ao terem constatado o crescimento do número de usuários e buscas online, objetivando alcançar este público para aumentar a exposição da marca e, conseqüentemente, aumentar suas taxas de conversão.

Muitos dos fatores ressaltados no blog do SemRush são relacionados com a otimização de títulos, subtítulos, *tags*, *metatags*, *URL's*, velocidade de carregamento do site, dentre outros. Este é um trabalho especializado que precisa ser realizado quando um site é desenvolvido, para que aumente o potencial de atrair tráfego orgânico (público de forma gratuita), e denomina-se *SEO on-page* (ADOLHPO, 2011).

Há, também, o conteúdo off-page, que se refere à conquista de backlinks, ou links de entrada, que são "links vindos de sites que tenham autoridade na internet no assunto de que seu site trata" (ADOLPHO, 2021. P. 558). Estes links oriundos de sites de terceiros contribuem para levar maior tráfego para o site e gerar maior credibilidade perante o usuário e o Googlebot, que interpreta que um site está "emprestando" parte de sua relevância para o outro. São as famosas recomendações do "boca a boca", só que online. Encontrar parceiros relacionados ao mesmo negócio e firmar estas parcerias é um tipo de tática de marketing digital, que pode ser feita pela própria empresa ou por agências de marketing digital especializadas neste serviço, que se denomina *link building*.

Cabe citar, por fim, que além do preparo do site (*SEO on-page*), efetivação de parcerias para conquista de links de entrada (*SEO off-page*), é necessário a produção e disponibilização de conteúdo de qualidade para relacionar-se com a audiência, gerando credibilidade e confiança para que a conversão seja uma consequência. Estes esforços fazem parte do marketing de conteúdo, definido pelo Instituto de Marketing de Conteúdo como "*attracting an audience to an experience (or "destination") that you own, build, and optimize to achieve your marketing objectives*" (CONTENT MARKETING INSTITUTE, 2020).

Se analisarmos o conceito de marketing tradicional da American Marketing Association (2013) que define que o marketing "é uma atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para os consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral" vemos que o

marketing de conteúdo tem direta relação no quesito atração do público, porém de forma mais direta, uma vez que online a comunicação pode ser personalizada.

Rez (2016) ressalta que criar conteúdo não é apenas uma tendência e sim uma forma das empresas atingirem seus públicos:

Conteúdo não é mera tendência, mas uma estratégia efetiva que define uma nova forma de comunicação. Como a internet não é um meio de massa, muito menos um espaço propício à publicidade agressiva (com exceções), as empresas que quiserem se estabelecer no mercado, precisam buscar novas aproximações para atenderem as demandas de seus nichos. Aliás, a tentativa de colocar em prática o marketing de massa dentro de mercados segmentados é inútil. [...] Focar em informação criativa e relevante em vez de promover o discurso frio e gritante da publicidade é o que faz sentido agora (REZ, 2016, s.p).

Este mesmo autor sintetiza que fazer marketing de conteúdo envolve saber onde o seu público está, criar e entregar conteúdo relevante para o consumidor - informações que ele precisa conhecer, entender, do seu gosto, entendendo acima de tudo, que os consumidores não estão interessados na marca e sim em suas próprias necessidades e vontades.

Adolpho (2011, p. 528) ressalta que conteúdo “é tudo aquilo que pode ser consumido como informação e que acrescenta valor para alguém”. Somado a isso, o autor ressalta que o conteúdo ajuda os usuários a responderem suas dúvidas, indagações e a resolver suas necessidades imediatas.

Assim, pode-se inferir que em caso de entrega de conteúdo relevante, presente no momento em que o usuário pesquisa a causa para seus problemas, necessidades ou desejos, uma marca pode potencializar o estabelecimento de relacionamento mais próximos e duradouros, caso os conteúdos disponibilizados sejam valorizados pelos usuários.

Além de envolver o usuário, o conteúdo é uma excelente estratégia para atrair tráfego (público) para um site. Porém, vale ressaltar que o Google ainda não interpreta imagens (ADOLPHO, 2011), e sim conteúdo textual – palavras. Assim, as palavras-chaves são cruciais quando se trata da pesquisa em mecanismos de buscas, como o Google, sendo necessário haver a descrição de uma foto para que esta possa ser contextualizada e escaneada pelo Google, que atribuirá determinado valor para determinado website, blog, etc, que por sua vez, determinará a qualidade do trabalho de conteúdo:

Uma das primeiras aplicações que temos para um bom trabalho de conteúdo e palavras-chave é o processo de otimização de sites, situar o site nas primeiras posições do buscador [...]. Em encontrabilidade, as palavras têm muita importância por serem de fato as responsáveis por boa parte de todos os critérios adotados pelo Google. O mecanismo de busca considera todas as palavras encontradas em uma página para dar uma pontuação para o site. É essa pontuação que será a base da encontrabilidade. Maior pontuação significa melhor colocação. (ADOLPHO, 2011, p. 528-529).

Adolpho (2011) explica que é possível produzir conteúdo visando o aumento da taxa de conversão por meio dos seguintes elementos persuasivos: a) números – indicar quantidade de clientes atendidos ou taxa de satisfação de clientes, por exemplo; b) autoridade – depoimento de pessoas ou personalidades especialistas no segmento; c) prova social – diversos depoimentos de clientes; d) reciprocidade: oferta de algo que o cliente valorize de forma gratuita; e) envolvimento: dispor de formas variadas de interação com o cliente (e-mail marketing, *newsletter*, chat, etc); f) escassez: promoções de produtos e serviços com tempo determinado; e e) *call to action*: botões para baixar um conteúdo, adquirir descontos, comprar o produto/serviço, etc.

Aparentemente, estes fatores estão relacionados à venda propriamente dita. Todavia, não se pode perder de vista a premissa de que o conteúdo disponibilizado por uma empresa ou organização deve gerar valor para o usuário, com caráter informativo e que auxilie na resolução de possíveis dúvidas do público. Com isso, uma infinidade de conteúdos tem sido disponibilizada diariamente em diversos segmentos. O mesmo ocorre no setor de turismo, em que atualmente podem ser encontrados conteúdos sobre a oferta turística, atrativos turísticos ou experiências turísticas em sites de hotéis, agências de viagens, portais de órgãos públicos, artigos em blogs especializados ou de viajantes, etc.

Especificamente sobre os blogs, Adolpho (2011) destaca que este foi o precursor da descentralização da informação, tendo eliminado o controle da informação, outrora produzida e controlada pelas grandes mídias. Usuários comuns passaram a expressar seus pensamentos na internet, bem como passaram a escrever sobre suas experiências de viagens. Assim, foram surgindo os blogueiros de viagens, e uma atividade que se iniciou como um passatempo para alguns viajantes, atualmente está profissionalizada.

Em 2012 foi criada a Associação Brasileira de Blogs de Viagem (ABBV) com o objetivo de defender os interesses da atividade e promover o desenvolvimento

profissional do mercado digital com foco no turismo no Brasil. Neste ínterim, diversas empresas de turismo também passaram a produzir conteúdo online para ficarem bem posicionadas e aumentar o alcance da sua marca, para conseqüentemente aumentar as suas vendas online.

Em Foz do Iguaçu diversas empresas turísticas, principalmente agências de turismo e meios de hospedagem, têm feito esforços para ampliar suas presenças online. Para constatar este fato, fez-se novamente a pesquisa pela palavra-chave 'foz do iguaçu', agora como usuário no Google, e obteve-se 5.780.000 resultados, sendo apresentados os resultados da primeira página da busca orgânica no Quadro 4.

Quadro 4 – Resultados Google.com para Palavra-chave Foz do Iguaçu

Website	Tipo de atividade	Comentários
https://www5.pmfi.pr.gov.br/	Público: Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu	Um dos fatores de ranqueamento é a qualidade e quantidade de conteúdo, tendo grande visibilidade também domínios públicos como .gov.br
https://www.loumarturismo.com.br/o-que-fazer-foz-do-iguacu.php	Privado: Agência de Turismo Receptivo em Foz do Iguaçu	Além da palavra-chave principal Foz do Iguaçu que possui 135 mil buscas mensais, a agência de turismo utilizou a palavra-chave 'o que fazer em foz do iguaçu' que possui 9.900 buscas mensais [1].
https://pt.wikipedia.org	Colaborativo: Plataforma colaborativa em que usuários podem se cadastrar e produzir conteúdo sobre diversos assuntos, em um formato de enciclopédia multilíngue	Possui informações históricas, geografia, demografia, economia, infraestrutura e cultura de Foz do Iguaçu.
https://www.tripadvisor.com.br/	Privado: a administração é privada, mas a produção de conteúdo é colaborativa.	Usuários cadastrados fazem avaliações sobre o destino turístico: infraestrutura da cidade, atrativos turísticos, meios de hospedagem e de alimentos e bebidas.
https://www.visitefoz.com.br/	Privado: contém informações turísticas sobre Foz do Iguaçu	Originou-se em 2008 e pretende ser um dos principais produtores de conteúdo digital de Foz do Iguaçu.

https://foz.portaldacidade.com/	Privado: portal de notícias	Notícias gerais sobre Foz do Iguaçu.
-------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------

Fonte: Elaborado pela autora, baseado nos resultados de busca do www.google.com.br (2020^[2]).

Como pode ser visualizado no quadro 4, grande parte dos resultados encontrados para o termo ‘foz do iguaçu’ são relacionados ao turismo, o que demonstra os esforços realizados pela oferta turística para criar conteúdo e projetar um posicionamento nos resultados do maior buscador global.

Ao realizar a mesma pesquisa na busca orgânica do Google com uma palavras-chave mais específica relacionada ao turismo, como “hotel em foz do iguaçu” que possui 27.100 buscas mensais, encontram-se grandes *players* do turismo mundial relacionados, tantos nos resultados da busca orgânica, quanto da busca paga, como: Booking.com, Trivago.com.br, Tripadvisor.com.br, Decolar.com, Expedia.com, o que demonstra uma concorrência global, com destaque para uma agência de turismo receptivo local que igualmente está relacionada para o termo “foz do iguaçu”, a Loumar Turismo, além de um hotel - o Hotel Foz do Iguaçu que tem a seu favor o próprio nome da cidade como força de domínio³⁸.

Cada website ou portal possui sua forma de abordar os conteúdos relacionados ao turismo, mas a escrita em blogs são as mais eficazes para abordar temas diversos. Rez (2016) enfatiza que o blog é o centro do seu conteúdo e recomenda que seja criado um blog, caso a empresa não o tenha. Isso porque com um blog com diversos temas sendo abordados provoca atualização constante, forçando o Googlebot a escanear as informações novas, atribuindo relevância ao conteúdo e conseqüentemente ao site, caso estas informações sejam de qualidade.

A diversidade de conteúdo do destino turístico de Foz do Iguaçu é encontrada nos sites e blogs que estão posicionados na primeira página da busca orgânica do Google para a pesquisa do termo “o que fazer em foz do iguaçu” que possui 9.900 buscas mensais, segundo dados do SEMRush (2020)³⁹. No quadro 5 estes blogs são

³⁸O domínio de um website refere-se ao seu endereço na internet - seu endereço eletrônico, também conhecido como URL, do inglês Uniform Resource Locator, que em tradução livre significa Localizador Uniforme de Recursos. No caso do site: www.hotelfozdoiguacu.com.br o domínio é hotelfozdoiguacu. Portanto, quando uma palavra-chave muito pesquisada está no domínio, significa que já tem o ponto positivo de força de domínio.

³⁹ Pesquisa realizada em junho de 2020. Vale ressaltar que a busca do Google é dinâmica e pode alterar de um dia para o outro.

representados da primeira à décima colocação e é possível verificar que os referidos blogs abordam uma grande diversidade de conteúdo sobre Foz do Iguaçu, que envolvem além dos atrativos turísticos, dicas de passeios, dicas gastronômicas, de compras, etc, ou seja, informações relevantes para que os usuários que decidirem visitar Foz do Iguaçu possam se informar e programar seu roteiro.

Quadro 5 - Sites/Blogs da Oferta Turística de Foz do Iguaçu

Blog (Url)	Descrição	Conteúdos abordados sobre Foz do Iguaçu
https://www.melhoresdestinos.com.br/o-que-fazer-em-foz-do-iguacu-dicas.html	<p>O texto posicionado está linkado ao site e refere-se aos principais atrativos da cidade. É um player nacional que aborda diversos destinos</p>	<p>Promoção de diárias de hotéis, de pacotes para Foz do Iguaçu (voo + hospedagem) e milhas, Notícias sobre infraestrutura de Foz do Iguaçu (ampliação do aeroporto e novos voos) e pouco conteúdo sobre o que fazer em Foz do Iguaçu ou dicas de passeios.</p>
https://www.loumarturismo.com.br/o-que-fazer-foz-do-iguacu.php	<p>O texto posicionado está linkado ao site e cita o melhor período para viajar para Foz do Iguaçu, curiosidades sobre Foz do Iguaçu e cita os principais atrativos turísticos</p>	<p>Esta agência receptiva possui diversas informações, tanto no site com descrição dos principais atrativos, quanto no blog que possui diversas categorias, como: Hotéis em Foz do Iguaçu, Compras no Paraguai, Compras na Argentina, Notícias, Passagens aéreas, eventos, promoções, roteiros, etc.</p>
https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303444-Activities-Foz_do_Iguacu_State_of_Parana.html	<p>O texto posicionado está linkado ao site e não possui blog. É o maior portal de avaliações da oferta turística de um destino.</p>	<p>No site estão relacionados os atrativos turísticos por categorias: natureza e parques, compras, excursões culturais e temáticas, atividades ao ar livre, ingressos para atrações, pontos turísticos, excursões, além de avaliações de meios de hospedagem, alimentos e bebidas e dos próprios atrativos.</p>
https://www.voltologo.net/o-que-fazer-em-foz-do-iguacu/voltologo.net	<p>O texto posicionado é do blog e está com erro, ou seja, a informação não existe mais e a Url está posicionada, desperdiçando chances de informar o usuário.</p>	<p>No blog existem artigos relacionados a meios de hospedagem baratos, quanto custa viajar, onde se hospedar e dicas de passeios em geral em Foz do Iguaçu.</p>

https://www.viajenaviagem.com/destino/foz-do-iguacu/o-que-fazer-foz-do-iguacu/	<p>O texto posicionado é um blog e aborda quantos dias são necessários para visitar Foz, como se deslocar, como comprar ingressos e se é necessário antecedência na compra e roteiros prontos para Foz do Iguaçu.</p>	<p>No blog existem textos que abordam quando ir, como chegar, onde ficar, onde comer, o que fazer, voos para Foz do Iguaçu.</p>
https://www.viajali.com.br/o-que-fazer-em-foz-do-iguacu/	<p>O texto posicionado é um blog e aborda 28 passeios em Foz do Iguaçu além das Cataratas</p>	<p>No blog existem textos que abordam guia completo de Foz, pontos turísticos e onde comprar em Ciudad del Este, guia de Puerto Iguazú, além de citar Foz do Iguaçu em textos generalistas que listam 55 destinos fascinantes na América Latina, 55 melhores destinos para viajar em feriados, 16 destinos com águas termais no Brasil.</p>
https://suasproximasviagens.com.br/o-que-fazer-em-foz-do-iguacu/suasproximasviagens.com.br	<p>O texto posicionado é do blog e está com erro, ou seja, a informação não existe mais e a Url está posicionada, desperdiçando chances de informar o usuário.</p>	<p>No blog existem textos que abordam atrativos específicos como Parque das Aves, Macuco Safari, Compras no Paraguai, assim como um resort específico que pode ser sido uma matéria patrocinada, além de um artigo geral que descreve os atrativos da cidade, quando ir, onde ficar, como se deslocar e restaurantes.</p>
https://catracalivre.com.br/viagem-livre/conheca-5-passeios-incriveis-para-fazer-em-foz-do-iguacu/	<p>O texto posicionado está linkado ao site e aborda 5 atrativos de Foz do Iguaçu: Vale dos Dinossauros, Super Carros, Dreams Ice Bar, Museu de Cera, Maravilhas do Mundo e Harley Motor Show, todos do Complexo Turístico Dreamland, possivelmente um artigo patrocinado.</p>	<p>No site há textos que abordam: 5 passeios gratuitos em Foz, 8 bons motivos para conhecer Foz, passagens para Foz, opções de passeios, hostels premiados, notícias sobre Foz, pacotes.</p>
https://quantocustaviajar.com/brasil/foz-do-iguacu/o-que-fazerquantocustaviajar.com	<p>O texto posicionado está linkado ao site, que tem como objetivo calcular o custo de viagem para diversos destinos.</p>	<p>Em seu menu principal há as seguintes opções para cada destino, assim como também para Foz do Iguaçu: passagens, onde ficar, o que fazer, pacotes, passeios e tours, quando ir, alimentação e transporte.</p>

https://magazine.trivago.com.br/guia-de-foz-do-iguacu/trivago.com.br/	<p>O texto posicionado é do site e está com erro, ou seja, a informação não existe mais e a Url está posicionada, desperdiçando chances de informar o usuário.</p>	<p>Na busca do site foram encontrados 3 resultados de textos sobre Foz do Iguaçu: Foz do Iguaçu: o destino ideal para uma viagem sozinha, Como se hospedar em Foz do Iguaçu sem gastar muito e Além das Cataratas: o que fazer em Foz do Iguaçu.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Elaborado pela autora, baseado nos resultados do <https://www.semrush.com/> (2020).

Observa-se no quadro 5 que os blogs possuem maior diversidade de informações, que são úteis para os usuários que buscam sobre Foz do Iguaçu, como: quando ir, passagens, pacotes, como se locomover, o que fazer, onde ficar, passeios e tours, alimentação e transporte, dentre outros.

Desta forma, vê-se que a internet tem possibilitado o encontro entre a oferta e a demanda turística e que a disponibilização de conteúdo online, motivada pela concorrência e melhor posicionamento em buscadores como o Google com o intuito de efetivar mais vendas é positiva para quem busca, ampliando as opções de fontes de informações, além de agências offline ou portais de secretarias de turismo local que às vezes podem não ter conteúdo de relevância ou atualizado.

Além do marketing de conteúdo, as redes sociais são grandes aliadas para a captação de clientes na internet, sendo os conteúdos publicados, elementos-chave para a venda dos destinos turísticos, além de ser um fator de ranqueamento para o Google (SEMRUSH, 2020), conforme já apontado, devido à geração de sinais sociais.

As fotos publicadas no *feed* ou *stories*⁴⁰ do Facebook ou Instagram pelos produtores de conteúdo da oferta turística ou pelos turistas que visitam um destino e compartilham com seus seguidores, têm potencial de atrair outros turistas de forma rápida e eficaz, uma vez que 130 milhões de brasileiros possuem conta no Facebook e 95 milhões no Instagram (RESULTADOS DIGITAIS, 2021⁴¹). Além disso, o Brasil é o terceiro país em que as pessoas passam mais tempo em redes sociais: 03:31

⁴⁰ As publicações no feed são aquelas que ficam fixas no perfil ou página de conta pessoal ou comercial. Os *stories* são publicações que ficam disponíveis apenas por 24 horas.

⁴¹ Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em 27 de Jan. 2021.

minutos, segundo pesquisa da Global Digital Overview 2020⁴², realizada pelo website We Are Social em parceria com o Hootsuite.

A crescente utilização das redes sociais é abordada no documentário Dilema das Redes (2020), que contou com depoimentos de ex-funcionários do Google, Pinterest, Instagram, Facebook, Twitter, Firefox, Uber, etc. Os depoimentos ressaltam que as redes sociais possuem aspectos positivos como reunir membros perdidos de uma família ou encontrar doadores de órgãos, mas há uma ingenuidade coletiva sobre os efeitos colaterais do uso viciante destes meios. Segundo os depoimentos, são utilizadas técnicas de reforço intermitente positivo aliadas à tecnologia, por meio do uso dos dados dos usuários, para influenciá-los, persuadi-los e manipulá-los.

Há que se levar em consideração que existem elementos persuasivos que podem ser utilizados para potencializar as conversões de um site conforme apontado por Adolpho (2011), mas estes devem ser utilizados de forma ética, evidenciando aspectos positivos **reais** dos produtos e serviços, evitando a manipulação dos usuários.

Um exemplo positivo que pode aliar a ética no turismo digital e as discussões sobre o centro e as bordas do turismo pode ser a veiculação de depoimentos (prova social) de turistas sobre a experiência vivida no destino de Foz do Iguaçu, bem como a experiência de viver no município, relatada pelos moradores locais (bordas).

Para que isto seja efetivado, conforme será discutido, as bordas devem ser incluídas no processo de desenvolvimento turístico local, não apenas neste projeto específico, sob pena de transmissão de uma imagem ficcional – construída.

Outra via pode ser a atualização constante de informações sobre os diversos atrativos turísticos existentes, para facilitar o acesso de informações online sobre Foz do Iguaçu, que como já discutido, melhoram a experiência dos turistas, bem como, geram credibilidade ao destino.

Por fim, podem ser produzidos conteúdos que instiguem o consumo do turismo de forma sustentável e consciente, valorizando os patrimônios ambientais e culturais presentes no destino de Foz do Iguaçu, tendo em conta que os consumidores estão cada vez mais carentes de experiências significativas e estas podem ser

⁴² Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>. Acesso em 27 Jan. 2021.

contempladas ao apresentar em diversos formatos – textual, por vídeos, música, relatos, teatro, etc, os saberes e fazeres locais.

CAPÍTULO 3 - POLÍTICAS PÚBLICAS NACIONAIS DE TURISMO, UM OLHAR SOB O LAZER E O PATRIMÔNIO CULTURAL

Este capítulo tem como objetivo analisar como ocorreu a institucionalização das políticas públicas federais de turismo para encontrar similaridades, discrepâncias ou conexões com as políticas públicas municipais de turismo de Foz do Iguaçu.

Para amparar tais análises realizadas, utilizou-se como estratégia a revisão de literatura relacionada às políticas públicas, políticas públicas de turismo, reflexões sobre o Lazer, organização das cidades brasileiras, tendências de hábitos de consumo dos turistas, planejamento participativo, Turismo Cultural e Patrimônio Cultural.

Para melhor organizar as reflexões e análises, o capítulo divide-se em duas partes. No primeiro momento reflete-se sobre o conceito de políticas públicas e, em seguida, reflete-se especificamente sobre as políticas públicas de Turismo no Brasil ao apresentar o processo que incorreu na sua institucionalização a partir do final da década de 1930, baseado em Cruz (2002), Goeldner, Ritchie e Mcintosh (2002), Lanzarini e Barreto (2014) e nos documentos: Planos Nacionais de Turismo (2003-2007; 2007-2010; 2013-2016 e 2018-2022). Soma-se a esta discussão a reflexão sobre o lazer em quatro diferentes períodos baseada em Almeida e Gutierrez (2007), a saber: período Nacional-Desenvolvimentista (1946-1964), Ditadura Militar (1964-1985), Redemocratização (1985-1990) e Globalização (1990-), bem como apontamentos sobre a organização das cidades e as tendências dos hábitos de consumo dos turistas nestes períodos.

O recorte realizado a partir do final da década de 1930 justifica-se pelo fato de que o turismo organizado como vê-se atualmente é fruto da própria configuração do sistema econômico dominante atual. Faz-se esta escolha, ao considerar-se a complexidade do fenômeno turístico que tornaria exaustiva a seleção de tendências mais amplas. Admite-se que intrínseco ao processo de escolha de abordagem de determinados fatos ou processos históricos em detrimento de outros não constitui um processo isento de influências ideológicas, uma vez que uma escolha epistemológica não é neutra.

A reflexão sobre o lazer insere-se neste estudo devido à grande importância deste para o turismo, presente inclusive na sua própria conceituação, em que o

deslocamento do turista de seu local de origem tem como uma das principais motivações de viagem, o lazer. Vale ressaltar que não se advoga que lazer e turismo são sinônimos, uma vez que o turismo abarca uma multiplicidade de atividades além do lazer para concretizar-se, e o lazer não é praticado apenas durante as viagens.

Todavia, observa-se a expansão do turismo a partir da divisão do tempo de trabalho e tempo de lazer, em que a partir de reivindicações dos trabalhadores da classe operária no contexto da Revolução Industrial, culminou na conquista de direitos como a jornada de trabalho reduzida a oito horas semanais, o descanso semanal remunerado e as férias. Assim, o tempo livre, associado ao desenvolvimento de tecnologias de transportes e comunicações, possibilitou que não apenas nobres pudessem praticar atividades durante finais de semana ou férias, mas também as classes média e operária (em parte), o que contribuiu para a massificação do lazer e do turismo.

Concorda-se com Dumazedier (2000, p. 32) que é inexato e perigoso definir o lazer apenas em oposição ao trabalho profissional, uma vez que em que este “só é praticado e compreendido pelas pessoas que o praticam dentro de uma dialética da vida cotidiana, na qual todos os elementos se ligam entre si e reagem uns sobre os outros. O lazer não tem qualquer significado em si mesmo”. Ou seja, aquele que o pratica é quem atribui sentido e significado ao lazer, não estando este fechado em categorias ou em si mesmo.

Além de refletir sobre a institucionalização do turismo no Brasil, interessa a este estudo, igualmente, lançar um olhar sobre o lazer e o turismo evidenciando as vantagens da congregação da infraestrutura local e turística em benefício dos turistas ao refletir brevemente sobre seus hábitos de consumo nos períodos analisados. Faz-se este exercício, pois o turista é a razão da atividade turística, para quem a oferta prepara-se, desenvolve-se e a quem destina suas ações de marketing e prospecção. Estar atento ao olhar do turista, segundo Urry (2016, p. 147) envolve analisar a relação entre corpos que estão em movimento “sentidos e sensíveis”, que por meio da mobilidade vagam pelos espaços rurais e urbanos remarcando as paisagens. Destarte, “não apenas os turistas viajam, mas também o fazem os objetos, as culturas e as imagens” (URRY, 2016, p. 150).

Assim, este capítulo traz no primeiro momento as discussões sobre a institucionalização do turismo, entrelaçado ao lazer, juntamente com breves apontamentos sobre como as cidades foram pensadas e construídas ao longo do

tempo, bem como as tendências de hábitos de consumo dos turistas em cada período para refletir sobre a (in)congruência das políticas de turismo entre a demanda e a oferta turística.

Após estas análises, reflete-se, no segundo momento, sobre o planejamento turístico participativo, o turismo cultural, patrimônio cultural e memória, sublinhando como os saberes e fazeres locais podem instrumentalizar a prática do turismo de forma mais participativa, além de contribuir para o fortalecimento da cultura, da história e da identidade local, apontando caminhos para a superação do planejamento do turismo focado apenas na infraestrutura e qualificação da oferta turística.

3.1 POLÍTICAS PÚBLICAS NACIONAIS DE TURISMO E UM OLHAR SOB O LAZER

Souza (2006) ao revisar a literatura sobre as definições de políticas públicas ressalta que não há uma única definição, sendo que algumas a definem como área de estudo da política que analisa governo à luz das grandes questões públicas, conforme Mead (1995); outras definições ressaltam que o objetivo das políticas públicas reside na resolução de problemas; ou a conceituação mais conhecida, de Laswell, que atesta que as decisões e análises acerca de políticas públicas envolvem dar respostas às seguintes questões: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz.

Após as reflexões, Souza (2006) elabora sua própria definição de política de pública, qual seja: o campo de conhecimento que busca “colocar o governo em ação” (aspas da autora), e/ou analisar essa ação, e quando necessário propor mudanças no rumo ou no curso dessas ações. “A formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real (SOUZA, 2006, p. 26). A autora salienta que este campo de conhecimento é de interesse de diversas áreas como objeto analítico, comportando modelagens, teorias, métodos e olhares diversos. Após o desenho e a formulação das políticas públicas, estas se desdobram em planos, programas, projetos, base de dados ou sistema de informação e pesquisa, que ao serem implementadas, devem submeter-se a sistemas de acompanhamento e avaliação.

Por fim, Souza (2006) reflete que em especial na América Latina, ainda é incipiente a formação de coalizões políticas capazes de equilibrar a questão de como

elaborar políticas públicas aptas a impulsionar o desenvolvimento econômico e, ao mesmo tempo, promover a inclusão social de grande parte de sua população.

As políticas públicas de turismo, igualmente, enfrentaram desafios semelhantes ao longo do tempo analisado (1938-2018), como demonstra a figura 13 e será analisado neste capítulo.

Figura 13 – Ilustração da Institucionalização das Políticas Públicas de Turismo Federais



Fonte: Welter (2021)

Segundo Cruz (2002), desde o surgimento do turismo como atividade econômica em meados do século XIX, este tem se utilizado de infraestrutura criada para outros usos do território e não de forma passiva, uma vez que o turismo atua como um “agente condicionador de seu (re)ordenamento” (CRUZ, 2002, p.7). A autora ressalta que a importância do turismo reside menos nas estatísticas que demonstram seus efeitos econômicos e mais no consumo e reordenamento do

espaço, e salienta que a forma como ocorre esta apropriação do espaço pela atividade turística depende de políticas públicas de turismo.

Para Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002) a Política de Turismo trata-se de um conjunto de regras, diretrizes, objetivos e estratégias de desenvolvimento e promoção que subsidiam uma estrutura para a tomada de decisões que atinge diretamente o desenvolvimento turístico de uma localidade. Para tanto, tem como propósito maximizar benefícios e minimizar interferências negativas para os interessados, que seriam, segundo os autores, o poder público (governo municipal, regional ou nacional), oferta turística (transporte, alojamento, etc), grupos ambientalistas, grupos culturais, grupos sociais, visitantes e residentes.

Lanzarini e Barreto (2014) ressaltam que uma Política de Turismo deve considerar os diversos grupos de residentes, entre os quais estão os relacionados ao *trade* turístico e os que não, assim como os visitantes.

Não diferente ocorre com o planejamento turístico, que também deve envolver todos os interessados para que o turismo possa de fato ser um indutor de desenvolvimento econômico e social, tendo suas interferências no meio ambiente e sociedade mitigadas. Apesar da relevância do envolvimento dos interessados tanto na política de turismo, quanto no planejamento turístico, faz-se necessário trazer o conceito de planejamento para então diferenciá-los para evitar confusões.

Para Barreto (1991) o planejamento turístico envolve sistematização para dar conta de fluxos turísticos e receptividade e este contém, portanto, cinco etapas: 1) Diagnóstico para compreender a realidade atual; 2) Definição de objetivos que se deseja atingir; 3) Execução do que foi planejado; 4) Controle, que seria o monitoramento para verificar discrepâncias e corrigi-las; e 5) Avaliação do trabalho realizado.

Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002) ressaltam as diferenças entre política de turismo e planejamento turístico: enquanto a formulação de políticas figura em um “quadro geral”, faz parte de um processo criativo e intelectual, com ênfase no longo prazo, podem considerar circunstâncias e tecnologias ainda desconhecidas e enfatizam uma determinação sistemática de “o que” deve ser feito, o planejamento turístico se atém ao detalhe, caracterizando-se por um exercício mais moderado, com horizonte de tempo mais restrito, atendo-se às condições e tecnologias atuais e enfatiza o “como” para atingir os objetivos específicos na destinação.

Feita esta diferenciação, cabe ressaltar que as políticas públicas de turismo podem se modificar de um país para o outro:

Os objetivos de uma política de turismo também variam de país para país em função das necessidades. Para alguns países, o mais importante é a entrada de divisas, para outros, a geração de empregos. A política determina que tipo de produto turístico pode ser oferecido e que produto deve ser oferecido, em função de questões culturais, religiosas, de infraestrutura, de meio ambiente; quais tipos de turistas devem ser atraídos, de que forma o turismo deve ser comercializado; quem deve conduzir os negócios turísticos, se a empresa é pública ou privada, ou uma associação de ambas, se deve ser privilegiado o turismo nacional ou o estrangeiro, se o turismo será planejado em enclaves ou será integrado na sociedade, se os estrangeiros poderão ter terras e investimentos, se haverá capacitação da mão de obra nacional ou se esta será importada (LANZARINI; BARRETO, 2014, p. 189)

Lanzarini e Barreto (*ibidem*) complementam que independente de quem seja o encarregado de elaborar políticas públicas de turismo, assim como toda política pública, estas estão relacionadas ao projeto ideológico de quem tem o poder de decisão. Para tanto, a forma de planejamento e execução das políticas públicas de turismo está permeada por relações de poder.

Almeida (2016) ao analisar a categoria 'poder' nos modelos de análise de políticas públicas conclui que de forma geral, estes abordam aspectos estruturais do poder e levam em consideração que aspectos como a posse de recursos e a agência (capacidade de mobilização de um grupo para aumentar seu poder no processo político) podem mudar a distribuição de recursos e, por sua vez, alterar a distribuição de poder entre os autores. Apesar desta análise, o autor em suas considerações finais, argumenta que os modelos analisados não englobam às suas narrativas o foco sobre a dinamicidade do processo político.

Esta dinâmica pode envolver outros aspectos além da posse de recursos - a detenção do poder econômico, e a agência - o querer 'fazer a diferença', quando determinados grupos se reúnem para lutar para que suas causas sejam contempladas por políticas públicas. Adiciona-se assim, a esta reflexão, a consideração contextual temporal. Não que as políticas públicas sejam marcadas por uma dita "evolução" com o passar do tempo, mas defende-se que as políticas públicas expressam os interesses daqueles que detém poder em determinado período e em determinado contexto social.

Desta forma, relaciona-se nos subitens a seguir, os três períodos da história das políticas nacionais de turismo do Brasil baseados em Cruz (2002), a saber: 1)

Pré-história institucional das políticas públicas de turismo (1938-1966); 2) Definição da primeira Política Nacional de Turismo (1966 a 1991); Reformulação da Embratur à política nacional de turismo do primeiro governo de Fernando Henrique Cardoso (1996-1999), além dos quatro Planos Nacionais de Turismo posteriores (2003-2007, 2007-2010, 2013-2016 e 2018-2022), juntamente com breves discussões sobre o lazer em quatro diferentes períodos baseado em Almeida e Gutierrez (2007), breves reflexões sobre como as cidades eram pensadas e planejadas, bem como apontamentos sobre os hábitos de consumo dos turistas em cada período.

3.1.1 Políticas Públicas de Turismo no Brasil de 1938 a 1966

Segundo Cruz (2002) o primeiro diploma legal relacionado ao turismo no Brasil é o Decreto-lei nº 406, de 04/05/1938, que em seu artigo 59º dispõe sobre a venda de passagens aéreas, marítimas e terrestres. A autora relembra o contexto mundial do final da década de 1930, em que ocorreu a transição de um Estado agroexportador para um Estado industrializante que, por sua vez, marcou uma crescente interferência do poder público na economia. Todavia, salienta que nesta época o país era inexperiente em relação à regulamentação jurídica da atividade turística, haja vista o decreto-lei citado preocupar-se com a venda de passagens domésticas e internacionais, apenas.

Pinto (2015) ressalta que no período do Estado Novo com Getúlio Vargas, o turismo fez parte de uma das pastas do Departamento de Imprensa e Propaganda (1938), que aliado ao sucesso internacional da cantora Carmen Miranda, as mulheres brasileiras passaram a compor o cenário turístico de venda do Brasil. Outro marco do turismo brasileiro neste período foi a inauguração do Cristo Redentor em 1931, tendo-se tornado a partir de então o maior cartão postal nacional.

Cruz (2002) ressalta que este período marca uma fase crescente da valorização do planejamento governamental na América Latina e no Brasil, tendo resultado em diversos planos de desenvolvimento. E foi ainda na década de 1930, em 1939, que ocorreu a criação do primeiro órgão oficial de turismo brasileiro - a Divisão de Turismo, que na prática tinha como objetivo a fiscalização das agências de viagens.

Santos Filho (2007) ressalta que além deste propósito, o turismo foi utilizado como propaganda política do governo Getulista:

[...] o Estado Getulista, por sua vez, criou a Divisão de Turismo junto ao DIP, por questões estratégicas, porque sabia que o turismo poderia ser usado pelo Estado como forma de solidificar a imagem da ideologia do Estado Novo. Nesse sentido, estamos afirmando que o turismo serviu aos interesses do governo de Getúlio, desde os eventos organizados nos estádios de futebol, nas praças públicas, nas escolas; a produção de literatura para divulgar o Brasil no exterior; o embelezamento do Rio de Janeiro com a inauguração do Cristo Redentor, no Corcovado, até os convites oficiais para que atrizes estrangeiras viessem passar o carnaval no Rio (SANTOS FILHO, 2007, p. 7)

Posteriormente, segundo Cruz (2002) o turismo passou a integrar diferentes setores da administração pública nacional, que incluiu o Departamento Nacional de Informações, do Ministério da Justiça e Negócios Interiores (1946), Departamento Nacional de Imigração, posterior Instituto Nacional de Imigração e Colonização (1946-1958), Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR), subordinada diretamente à Presidência da República (1958-1965) e Divisão de Turismo e Certames do Departamento Nacional do Comércio, do Ministério da Indústria e do Comércio (1961-1966).

Esta circulação do turismo por áreas tão diversas, segundo Cruz (2002), ocorreu devido à falta de priorização da atividade turística nas políticas federais de desenvolvimento em razão da sua “fraqueza política”, à atuação de grupos relacionados à atividade e à sua articulação com diversas esferas do poder público e às mudanças de governo que ocasionaram reformas estruturais administrativas.

Dentre as mudanças de pastas, a criação da COMBRATUR destaca-se como o primeiro diploma legal a fazer referência a uma Política Nacional de Turismo em seu regimento (Decreto 44.863/58). Salienta, em suas atribuições, ações relacionadas ao desenvolvimento do turismo interno e externo, estudos relacionados à movimentação de turistas, desburocratização do registro e inspeção de viajantes e seus bens, preocupação com a ampliação e melhoria da infraestrutura turística, especialmente dos meios de hospedagem e preocupação com o patrimônio natural.

Cruz (2002) ressalta a clara preocupação com a ampliação e melhoria da infraestrutura turística, especialmente dos meios de hospedagem e nota que o decreto de criação da COMBRATUR comete equívocos que repercutem no ordenamento territorial para uso turístico ao indicar que as paisagens a serem protegidas restringiam-se aos elementos naturais, excluindo, por conseguinte, os núcleos urbanizados.

Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002) citam, conceitualmente, as áreas que geralmente são abordadas pelas Políticas de Turismo:

1. Os papéis do turismo dentro do desenvolvimento socioeconômico geral da destinação.
2. O tipo de destinação que irá cumprir de forma mais eficaz as funções desejadas.
3. Taxação - tipos e níveis.
4. Financiamento do setor turístico - fontes e prazos.
5. Natureza e direção do desenvolvimento e manutenção do produto.
6. Acesso e infraestrutura de transportes.
7. Práticas regulamentadoras (como companhias aéreas, agências de turismo).
8. Práticas e restrições ambientais.
9. Imagem e credibilidade do setor.
10. Relacionamentos na comunidade.
11. Oferta de recursos humanos e mão-de-obra.
12. Legislação sindical e trabalhista.
13. Tecnologia.
14. Práticas de marketing.
15. Funcionamento do turismo estrangeiro (GOELDNER, RITCHIE E MCINTOSH, 2002, p. 295).

Para compreender porque algumas áreas são alvos de maior preocupação em detrimento de outras, faz-se necessário analisar o contexto político e fazer uma reflexão sobre o acesso ao lazer e como este era praticado neste período analisado.

Os desdobramentos da crise econômica de 1929 e subsequente plano de metas baseado no aumento da industrialização e ampliação de infraestrutura como construto para o desenvolvimento econômico, político e social contribuíram para uma corrida do governo federal brasileiro para ‘desenvolver’ o país e tornar as cidades atraentes ao capital estrangeiro.

Fratucci (2008) observa que este período ficou marcado por um desenvolvimento inédito, devido à ampliação da divisão internacional do trabalho, o célere aumento das trocas internacionais e a urgência das grandes empresas multinacionais.

O desenvolvimento deste período significou o investimento em obras de infraestrutura e também por meio do incentivo para a formação e qualificação de mão-de-obra para o trabalho em fábricas, indústrias, etc. Assim, foi criado o SENAC na década de 1940 com influência da Constituição de 1937 e da política de incentivo ao crescimento da indústria e do comércio. A institucionalização se deu por meio de leis e decretos que delegaram às instituições a obrigação de ministrar, em cooperação com o Estado, a aprendizagem de ofícios, cursos e formações para o trabalho (MARCONI, SCHELBAUER, IVASHITA, 2020). Atualmente o Sistema S, ao qual o

SENAC faz parte, inclui também SENAI, SESI, SENAR, SENAT, SEST, SEBRAE e SESCOOP⁴³.

As transformações mais relevantes do período Nacional-Desenvolvimentista (1946-1964) foram o surgimento da indústria automobilística, a criação de uma indústria de base (mineração, extração de petróleo e siderurgia), a construção de estradas por todo o país e a adoção de políticas trabalhistas, que por sua vez, possibilitaram maior acesso ao lazer por meio do desenvolvimento das artes e espetáculos e da construção dos clubes-empresa⁴⁴ (ALMEIDA; GUTIERREZ, 2007).

No que diz respeito ao lazer, a partir de 1960, a população urbana ultrapassou a rural e observa-se a mudança do lazer como manifestação popular para o lazer como mercadoria de consumo, sendo praticado durante os finais de semana pela classe média em ascensão, que passou a frequentar clubes, casa de campo ou praia, passeios de carro, parques e outros espaços para práticas esportivas nas regiões mais valorizadas. Já para as camadas sociais menos favorecidas havia pouco espaço livre para organizar suas atividades lúdicas em uma cidade ainda em desenvolvimento, imperando a tradição do lazer de rua, o circo e as festas típicas católicas (ALMEIDA; GUTIERREZ, 2007).

Em Arantes, Vainer e Maricato (2000) pode-se observar que não apenas o lazer foi transformado em mercadoria, as cidades também o foram. Segundo estes autores, a geração urbanística moderna propôs uma cidade segundo o modelo de linha de montagem fordista, que duas gerações posteriores revelaram tratar-se da mercadorização das cidades, em que “a cidade é uma mercadoria a ser vendida, num mercado extremamente competitivo, em que outras cidades também estão à venda” (ARANTES; VAINER; MARICATO, 2000, p. 78).

Já em relação ao “olhar” do turista deste período, este optava pela compra de pacotes fechados em hotéis com serviços padronizados, geralmente isolados e em lugares paradisíacos - imperando o consumo do turismo de sol e praia, apartado de quaisquer contatos com a população autóctone. O processo de apropriação do turismo em que não há trocas culturais entre população residente e turistas chama-se “espaços de exclusão” ou “não-lugares” (FRATUCCI, 2008).

⁴³ SENAI - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. SESI - Serviço Social da Indústria, SENAR - Serviço Social da Aprendizagem Rural, SENAT - Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte, SEST - Serviço Social do Transporte, SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e SESCOOP - Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo.

⁴⁴ Clubes esportivos criados com objetivo de lucro a partir dos esportes.

O conceito de não-lugares foi criado pelo antropólogo Marc Augè, utilizado tanto no campo dos estudos do turismo quanto em outras áreas como a Sociologia ou a Geografia. Para Augè (1994, p. 73) “se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar”. O autor defende a hipótese de que a supermodernidade produz não-lugares, que seriam espaços que não conectam os lugares antigos, ocupando um lugar circunscrito e específico, e cita alguns exemplos, dentre eles os relacionados ao turismo - as cadeiras de hotéis e os clubes de férias, caracterizando os não-lugares como “um mundo assim prometido à individualidade solitária, à passagem, ao provisório e ao efêmero” (AUGÈ, 1994, p. 74)

Analisa-se, assim, que neste primeiro período analisado (1936-1966), não há menção em deter a constituição de não-lugares turísticos, que não proporcionam o encontro cultural entre os turistas e a população local. Este fato corrobora a conclusão de Fratucci (2008) de que a prática dos agentes públicos tende a direcionar-se ao atendimento das demandas de mercado (neste caso ofertar opções de acordo com o que o turista procura), ou seja, orientado para a lucratividade e a reprodução do capital, relegando assim, o espaço apropriado pelo turismo considerado apenas como suporte para a atividade econômica, o que indica que as políticas públicas de turismo neste período colaboraram ou não impediram que o turismo se apropriasse de espaços, tornando-os não-lugares.

Fica evidente, igualmente, que assim como as opções mais vastas de lazer eram gozadas pelas classes mais altas da sociedade, também o turismo ainda era restrito às pessoas com maior poder aquisitivo, incluindo uma pequena parcela emergente da classe média dos países centrais (FRATUCCI, 2008).

Reflete-se que, sem uma pasta própria e orientação para desenvolver uma Política de Turismo que pudesse abarcar todas as nuances relacionadas ao fenômeno turístico, como a articulação com as diferentes áreas ou até mesmo a reflexão das consequências da atividade para o planejamento do lazer, para a cidade em si, a cultura e o patrimônio local, dentre outras especificidades, não foram contempladas. Imperou a preocupação com a diminuição da burocracia ao receber turistas para criar uma imagem positiva, a necessidade de infraestrutura turística, especialmente hoteleira e a não-observância, e portanto, não detenção de não-lugares turísticos.

3.1.2 Políticas Públicas de Turismo no Brasil de 1966 a 1991

Durante a ditadura militar no governo Castelo Branco, em 18 de novembro de 1966, foi promulgado o Decreto-lei 55 que definiu a primeira Política Nacional de Turismo, tendo criado também o Conselho Nacional de Turismo (CNTur) e a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR), que representaram importantes mudanças para o turismo.

O referido decreto fazia parte do Plano de Ação Econômico do Governo (PAEG), que objetivava amenizar os desníveis econômicos setoriais e regionais. A Política Nacional de Turismo, logo em seu 1º artigo empregou o termo 'indústria do turismo', associando a atividade turística à industrialização (ARAÚJO, 2012), seguindo uma lógica econômica e de consumo.

Vê-se assim, o nascituro das políticas públicas de turismo ressaltando o seu potencial econômico, tendo inclusive, segundo Araújo (2012), o turismo sido considerado equivalente a uma indústria em termos da obtenção dos mesmos incentivos fiscais, estabelecido por meio dos Decretos-Lei nº. 1.191/71 e nº 1.376/74 que criaram o Fundo Geral de Turismo (FUNGETUR) que consiste em um mecanismo de crédito para fomento da atividade turística.

Além de ser considerado como indústria e começar a ser reconhecido como atividade capaz de contribuir para atenuar desníveis regionais, Cruz (2002) reproduz o conceito da Política Nacional de Turismo, consoante ao Decreto-lei 55/66:

Compreende-se como Política Nacional de Turismo a atividade decorrente de todas as iniciativas ligadas à indústria do turismo, sejam originárias do setor privado ou público, isoladas ou coordenadas entre si, desde que reconhecido seu interesse para o desenvolvimento econômico do país.

E ressalta dois equívocos nesta definição, sendo o primeiro a redução da Política Nacional de Turismo a todas as atividades ligadas à indústria do turismo. A autora destaca que uma Política Nacional de Turismo deve partir do governo público federal, tendo como base o território nacional e assim orientar tanto o setor público e privado a tomarem ações para o desenvolvimento do turismo, atingindo os objetivos estabelecidos pela política que foi determinada. O segundo equívoco refere-se à consideração de atividades isoladas como determinantes da Política Nacional de Turismo. Este erro foi reconhecido logo em 1967 por meio do Decreto-lei 60.224 ao

ressaltar que a Política Nacional de Turismo se tratava de diretrizes e normas **integradas** (grifo nosso), mas cometeu outro equívoco ao posicionar no mesmo patamar política e planejamento:

Equívocos na compreensão dos conceitos de política de turismo e planejamento turístico têm um significado importante na história das políticas de turismo no país, pois, entre outras coisas, a confusão entre política de turismo e planejamento turístico vai permear todo o desenvolvimento da atividade no Brasil, resultando na ineficiência tanto das políticas quanto de planos (CRUZ, 2002, p. 50).

O Decreto-lei 60.244 (1967) criou também o Sistema Nacional de Turismo, constituído pelo CNTur, EMBRATUR e Ministério das Relações Exteriores. À CNTur competia a elaboração das diretrizes a serem obedecidas na Política Nacional de Turismo; à EMBRATUR estudar e propor ao CNTur atos normativos para o funcionamento e promoção da PNT; e ao Ministério das Relações Exteriores cabia a divulgação do turismo nacional no exterior.

O decreto supracitado em seu artigo 2^o⁴⁵ estabeleceu os objetivos das diretrizes da Política Nacional de Turismo, que estavam intrinsecamente ligados com a conjuntura política do período desenvolvimentista: necessidade de conscientização do turismo brasileiro, diagnóstico do turismo nacional, empenho para a melhoria da qualidade e bom atendimento, além de proporcionar formação profissional aos prestadores de serviços turísticos.

No artigo 3^o do referido decreto⁴⁶, destaca-se o item "a): "promover junto aos órgãos competentes a programação e a execução das obras de infra-estrutura tendo em vista o aproveitamento, para finalidades turísticas, dos recursos naturais do País", ficando clara a preocupação com a infraestrutura turística neste período para que o turismo fosse desenvolvido, que justificou, inclusive o seu fomento por meio da criação de fundos. Cruz (2002) reitera que a Política Nacional de Turismo até meados da década de 1990 reduziu-se à ampliação e melhoria da infraestrutura hoteleira, por meio de incentivos fiscais e financeiros à atividade e isso implicou no (re)ordenamento de territórios para uso turístico em todo o país.

⁴⁵ Decreto-lei 60.224/67, art. 2^o.

⁴⁶ Decreto-lei 60.224/67, art. 3^o.

Percebe-se o privilégio gozado pelo setor hoteleiro, em termos de incentivos fiscais, consoante à Resolução CNTur 31, de 10/04/1968, que estabeleceu o Plano de Prioridade de Localização de Hotéis e Turismo e determinou como prioritárias as seguintes áreas para implementação de hotéis: capital federal e capitais estaduais, estâncias hidrotermais, climáticas e balneárias e cidades históricas, adjacências dos aeroportos internacionais e eixos viários de interesse turístico, Parques Nacionais e áreas naturais de interesse turístico, outras localidades de interesse turístico (CRUZ, 2002).

O incentivo da construção de equipamentos hoteleiros nos mais diversos locais do país, com privilégio para capitais, lugares de interesse turístico variado poderiam possibilitar o turismo de água e sol, turismo cultural e ecoturismo, como é o caso de Foz do Iguaçu, por conta da localização do Parque Nacional do Iguaçu, em que há o Hotel das Cataratas⁴⁷.

Segundo Cruz (2002) o Plano de Prioridade de Localização de Hotéis e Turismo foi criado de forma provisória até a implementação do Plano Nacional de Turismo (PLANTUR). Em 10 de abril de 1969 foi instituída pela CNTur a Resolução 71 que indicava os objetivos do PLANTUR, que em outras palavras, preocupava-se com o desenvolvimento do turismo receptivo e de base, incremento do turismo doméstico, estímulo aos investimentos turísticos providos e estímulos fiscais. Estes tinham como justificativa a geração de emprego e divisas, mas infelizmente não foram executadas, tendo imperado o Plano de Prioridade de Localização de Hotéis e Turismo, resultando na urgência da ampliação e modernização do parque hoteleiro nacional.

Verifica-se, assim, que as políticas públicas de turismo foram incipientes no período da Ditadura Militar (1964-1985). Apesar do discurso do Relatório da Presidência da Embratur em 1967⁴⁸ ressaltar que o turismo era um elemento de integração nacional entre União, Estados, Municípios e iniciativa privada com o intuito

⁴⁷ O Hotel das Cataratas começou a ser construído em 1939, mas foi inaugurado pela União apenas em 1958. O hotel foi administrado em forma de concessão pela Tropical Hotéis do grupo Varig por 47 anos. Em 2006 o governo federal abriu concorrência internacional para a concessão, em que o grupo Orient Express ganhou a licitação e passou a administrar a propriedade a partir de 2007. Em 2019 ocorreu a administração sucessiva das redes Orient Express e Belmond, sendo que a rede Belmond foi adquirida pela Louis Vuitton no final de 2018. Disponível em: < <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2006-03-09/governo-abrira-concorrenca-internacional-para-administracao-do-hotel-das-cataratas>. Acesso em 11 de abril de 2021.

⁴⁸ EMBRATUR. Relatório da Presidência – 1967. Rio de Janeiro, 1968, citado por Pinto (2015).

de vencer barreiras, segundo Pinto (2015), esta integração não ocorreu na prática, uma vez que as campanhas apresentaram falhas e baixo alcance mercadológico.

Em termos políticos e econômicos, vale destacar que em 1970, o crescimento econômico mundial desacelerou-se devido à Crise do Petróleo, o que repercutiu em queda do crescimento do turismo mundial, uma vez que o fenômeno turístico é sensível às mudanças econômicas - característico de bens de consumo que não são de primeira necessidade. Segundo Fratucci (2008) as viagens neste período passaram a ser encurtadas tanto temporalmente como espacialmente (distâncias), emergindo a tendência por demanda de produtos mais econômicos. O turista anteriormente mais exigente que buscava isolamento em resorts de luxo, passou a buscar contato mais direto com as comunidades visitadas.

Em relação ao lazer, pode-se analisar, conforme Almeida e Gutierrez (2007) que grande parte das manifestações de lazer sofreram transformações neste período. O autor comenta que o modelo político do regime militar se ateve à uma aliança entre censura e repressão política, de um lado, e desenvolvimento e controle da indústria cultural de outro, que resultou no severo controle das expressões artísticas que encerrou o florescimento cultural e o movimento popular:

Com o regime militar as expressões populares e as festas típicas passam a ser controladas, assim como todas as expressões artísticas. A amizade com os vizinhos, a brincadeira de rua das crianças e o lazer típico do meio rural são inibidos não somente pela repressão policial, mas também pelo próprio desenvolvimento das cidades com a diminuição de áreas livres e aumento do número de carros nas ruas. Tudo isto torna a televisão a maior vivência de lazer popular (ALMEIDA; GUTIERREZ, 2007, p. 41).

Observa-se neste período de repressão que as desigualdades se asseveraram, uma vez que o lazer da classe média aproximou-se do que era praticado pelas elites internacionais com viagens para o exterior, a criação de espaços turísticos e meios de hospedagem e passeios de finais de semana, enquanto as classes de menor renda tiveram os seus espaços de lazer como a rua e as manifestações populares reduzidas, ficando reclusos em suas casas acompanhando as telenovelas, que além de lazer e distração, serviam como propagandas políticas do regime militar (ALMEIDA; GUTIERREZ, 2007).

No período da Redemocratização (1985) até o início da década de 1990 os teóricos do Lazer como Marcellino, Requixa e Oliveira passaram a sugerir a formação de agentes culturais do lazer, com o objetivo de recuperar a valorização popular

outrora reprimida durante a ditadura militar. Assim, por quase duas décadas as reflexões acerca do lazer ficaram restritas ao tempo de lazer e tempo de trabalho, surgindo definições que dão conta de um lazer concentrado em um tempo estanque dentro do tempo disponível, como aquele que não é gasto com obrigações sociais, segundo Marcellino (1987), descrito por Almeida e Gutierrez (2007). Este conceito foi posteriormente superado, tendo o lazer passado a ser considerado como uma prática que tem sentido e significado por aquele que o pratica (DUMAZEDIER, 2000).

Ainda no período da Redemocratização, Almeida e Gutierrez (2007) ressaltam também, o surgimento de uma ideia funcionalista de que o lazer poderia ser útil, inclusive, para atenuar a violência urbana, além da preservação e transformação de áreas urbanas para propiciar o acesso ao lazer, a criação de parques, reservas florestais e áreas livres. Percebe-se assim, que o lazer se torna panaceia, tal qual o turismo, citado em planos governamentais como potencial gerador de emprego e renda, como atenuante da violência urbana ou mote para a preservação ambiental.

Com a Constituição Federal de 1988 o lazer passa a ser assegurado como um dos direitos sociais de todo cidadão, conforme disposto no Capítulo II, Artigo 6º: “São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição” (BRASIL, 1988, p. 12), além da obrigação do Estado de incentivar o lazer, consoante o Capítulo V, Artigo 217, § 3º da mesma Constituição.

O desenvolvimento das cidades também é citado na nova Constituição Federal, em 1988, a qual estabelece em seu Capítulo II, nos Artigos 182 e 183 a política de desenvolvimento urbano, que deve ser executada pelo poder público municipal, considerando o Plano Diretor como instrumento de desenvolvimento e expansão urbana para cidades com mais de 20 mil habitantes, devendo garantir o cumprimento da função social da propriedade urbana e o bem-estar de seus habitantes.

Segundo Domareski-Ruiz, Fernandes e Gândara (2014) o Plano Diretor é um instrumento para colocar em prática políticas públicas que tenham sido formuladas para minimizar conflito e proporcionar crescimento ordenado das cidades, em harmonia com o ambiente, de forma a atender as necessidades dos moradores locais, bem como as expectativas dos turistas. Assim, segundo os autores, o plano diretor

deve estabelecer diretrizes de desenvolvimento urbano que melhore a qualidade de vida dos habitantes, e de forma participativa.

Todavia, na prática, observa-se, a partir da análise de Arantes, Vainer e Maricato (2000) que após um capítulo de disciplinarização do crescimento das cidades (pós Segunda Guerra Mundial), a partir das décadas de 1970 e 1980, houve uma transformação, em que o crescimento urbano passou a ser buscado de todas as formas possíveis e imagináveis para que houvesse o ressurgimento econômico a qualquer custo - o *growth machine*, que os autores bem resumem no seguinte excerto:

Em duas palavras, a idéia de cidade como *growth machine* pode ser assim resumida: coalizões de elite centradas na propriedade imobiliária e seus derivados, mais uma legião de profissionais caudatários de um amplo arco de negócios decorrentes das possibilidades econômicas dos lugares, conformam as políticas urbanas à medida em que dão livre curso ao seu propósito de expandir a economia local e aumentar a riqueza. A fabricação de consensos em torno do crescimento a qualquer preço - uma situação de mobilização competitiva permanente para a batalha de soma zero com as cidades concorrentes. Uma fábrica por excelência de ideologias, portanto: do território, da comunidade, do civismo etc. Mas sobretudo, a fabulação de senso comum econômico, segundo o qual o crescimento enquanto tal faz chover empregos (ARANTES; VAINER; MARICATO, 2000, p. 27).

O mote da geração de empregos ao estimular o crescimento a qualquer custo igualmente ocorreu no Brasil, que resultou na negligência dos espaços de lazer. Reis (2003) complementa que no Brasil, a não regulamentação do uso do solo é causador de hiatos e desequilíbrios urbanos, como a destruição, doação ou privatização de espaços públicos como áreas verdes, praças, parques conforme interesses políticos e financeiros que beneficiam um pequeno estrato da sociedade, muitas vezes em virtude da especulação imobiliária.

Pode-se inferir que o crescimento a qualquer custo pode ter sido uma das barreiras para o crescimento ordenado, premissa dos Planos Diretores e, isso se confirma quando se analisa a adesão dos municípios brasileiros aos Planos Diretores, criado como um instrumento ordenador territorial. Segundo dados da Pesquisa de Informações Básicas do IBGE (MUNIC/IBGE, 2019⁴⁹) até o ano de 2005, apenas 14,5% dos municípios brasileiros tinham Plano Diretor, tendo aumentado a adesão

⁴⁹ Publicado pela Confederação Municipal de Municípios. Disponível em: <https://www.cnm.org.br/comunicacao/noticias/estatuto-da-cidade-completa-19-anos-cnm-reforca-importancia-do-plano-diretor>. Acesso em 02 de outubro de 2021.

em 2019, para 51,5% dos municípios em 2019, o que representa o quantitativo de 2.866 cidades brasileiras.

Estes números demonstram que, na prática, a urbanização não ocorreu conforme planejado. Inclusive, apenas 13 anos após a criação do marco jurídico sobre a determinação acerca da elaboração dos Planos Diretores (Constituição de 1988), é que esses dispositivos constitucionais foram regulamentados, por meio da criação do Estatuto da Cidade (Lei Complementar 10.257, de 2001), que tem como diretriz básica da política urbana garantir o direito a cidades sustentáveis, que diz respeito à terra urbana, à moradia, ao saneamento ambiental, à infraestrutura urbana, ao transporte e aos serviços público, ao trabalho e ao lazer, tanto para gerações presentes, como futuras (LIMA, 2012).

Em suma, neste período fica evidente o desalinhamento das políticas públicas de turismo com a sua prática em si, destacando-se, a predominância da preocupação com a ampliação da melhoria da infraestrutura, especialmente hoteleira, além de ter sido considerado como um elemento integrador entre órgãos públicos e iniciativa privada, que na prática isso não se efetivou.

Em relação ao lazer, este era desfrutado pelas camadas mais altas da sociedade, restando às camadas populares à reclusão em frente à televisão devido à censura e repressão política, característica deste período, o que é sugestivo para compreender quem tinha ou não acesso, mediado pelo capital.

Por falar em acesso, a Crise do Petróleo ocorrida na década de 1970 ocasionou queda dos fluxos turísticos, o que repercutiu em mudanças nos hábitos de consumo dos turistas, que anteriormente optavam pelo isolamento em resorts, passaram a escolher opções mais econômicas, o que significou a aproximação de produtos que proporcionassem contato com as comunidades visitadas (FRATUCCI, 2008), o que demonstra o quanto o turismo pode ser sensível à oscilações mercadológicas e um setor ou destino pode ser comprometido ou potencializado em virtude dessas modificações.

3.1.3 Políticas Públicas de Turismo no Brasil de 1991 a 2000

A década de 1990 foi fecunda para as políticas públicas de turismo. Um dos maiores marcos na história das políticas nacionais de turismo foi a reformulação da EMBRATUR em 1991, por meio da Lei 8.181 de 28 de março, que a transformou de

empresa pública em autarquia especial, o que alterou parte da denominação de Empresa Brasileira de Turismo para Instituto Brasileiro de Turismo. No artigo 2º é ressaltado como seu objetivo: “formular, coordenar, executar e fazer executar a Política Nacional de Turismo - PNT”⁵⁰ (CRUZ, 2002).

A regulamentação da lei supracitada ocorreu por meio do Decreto 448 de 14 de fevereiro de 1992 e citou como finalidade da Política Nacional de Turismo e seu equacionamento como fonte de renda nacional deveria observar diretrizes como a valorização e preservação do patrimônio natural e cultural do país e a valorização do homem como objeto final do desenvolvimento turístico⁵¹.

O artigo 3º cita como objetivos da Política Nacional de Turismo: a democratização ao acesso do turismo no país ao incorporar diferentes segmentos para contribuir para o aumento do bem estar das classes de menor poder aquisitivo; reduzir desigualdades sociais e econômicas por meio do crescimento da oferta de emprego e melhor distribuição de renda; divulgação do produto Brasil nos mercados internacionais para aumentar os fluxos turísticos, aumento da taxa de permanência e o gasto médio de turistas no país; difusão de novos produtos turísticos; ampliação e diversificação dos equipamentos e serviços turísticos; incentivo do aproveitamento turístico de recursos naturais e culturais; e incentivo à criação e implantação de equipamentos destinados a atividades de expressão cultural.

Observa-se, que embora a preocupação com o patrimônio material sempre esteve presente, começa a surgir uma maior preocupação com o patrimônio imaterial e natural e que a conservação para uso turístico poderia ser capaz de reter e aumentar a permanência dos turistas, conforme citado no item VII do artigo 3º, do Decreto 448.

A preocupação com a democratização do turismo pode ter relação com o asseveramento das desigualdades sociais, que já estavam em curso desde o Regime Militar, tendo se agravado com a Globalização, o que perpetuou a limitação do acesso ao turismo às camadas mais baixas da sociedade, mesmo com o pequeno crescimento econômico observado neste período.

⁵⁰ Lei 8.181, artigo 2º.

⁵¹ Decreto 448, artigo 2º.

Lanzarini e Barreto (2014) auxiliam no entendimento do contexto da década de 1990, que aponta indícios sobre a abertura do mercado internacional, que por sua vez, contribuiu para aumentar as desigualdades sociais:

A partir de 1990, a atividade turística foi inserida no território nacional em meio a um liberalismo econômico de integração competitiva. Estabeleceu-se uma economia flexível, cuja competição espacial tendeu à gestão descentralizada dos territórios para superar a contraprodutividade social, em que os estados passam a competir entre si; ao passo que o governo central se reorganizava para participar da economia mundial. Com a abertura para o mercado internacional, aumentaram-se as relações de exploração e desigualdade social em prol do crescimento econômico como forma de “progresso nacional”, o que constantemente modificava a sociedade, os espaços produzidos e o próprio Estado, gerando mais instabilidades e problemas sociais que melhorassem as condições de vida para a população brasileira (LANZARINI; BARRETO, 2014, p. 197).

Em relação aos hábitos de consumo dos turistas neste momento, observa-se a tendência de escolha de produtos turísticos que congregasse atividades culturais e desportivas, favorecendo o desenvolvimento humano e aumento do conhecimento, o que relembra o conceito das viagens do Grand Tour⁵² (FRATUCCI, 2008), e pela primeira vez são consoantes à uma Política Pública de Turismo, conforme citado nos objetivos do artigo 3º do Decreto 448.

Outros discursos são encontrados no Decreto 448. Logo em seu 1º artigo, o turismo é citado como fonte de renda nacional e fica evidente no artigo 4º a delegação a este setor como instrumento de desenvolvimento, “de forma a reduzir o desequilíbrio existente entre as distintas regiões do País”. Ao observar os objetivos da Política Nacional de Turismo e esses artigos supracitados, há indícios da emulação de uma receita: ressalta-se a necessidade de aumento de equipamentos e serviços turísticos e de divulgação do produto turístico nacional no exterior que resultaria em aumento do fluxo turístico e permanência que geraria mais emprego e renda para mitigar as desigualdades regionais existentes no país.

Assim, o turismo é utilizado como panaceia para mitigar os problemas sociais de determinadas cidades, regiões e países. Contudo, concorda-se com Cruz (2002) que esta é uma tese insustentável, uma vez que o turismo não é capaz de eliminar desigualdades, estando sujeito tanto às regras vigentes do modo de produção

⁵² O Grand Tour refere-se a uma das práticas mais antigas do Turismo, em que os jovens da nobreza dos séculos XVI e XVII viajavam com motivações relacionadas ao aprimoramento da sua formação cultural e educativa (FRATUCCI, 2008).

capitalista para a manutenção desse equilíbrio, quanto às suas contradições. Sendo assim, não seria capaz de forma isolada resolver as disparidades existentes entre as diferentes regiões do país.

Outro fator a ressaltar é que o desenvolvimento do turismo em uma determinada localidade historicamente resulta em benefícios como a elevação da renda por meio da geração de emprego e entrada de divisas. Porém, há, igualmente, consequências negativas para o meio ambiente natural e cultural que podem comprometer a experiência do turista. Fatores estes, que devem ser inerentes ao propósito de uma Política de Turismo, conforme ressaltado por Goeldner, Brent Ritchie e McIntosh (2002).

Dando sequência às políticas de turismo deste período, em 1992 foi criado o PLANTUR com o objetivo de colocar em prática ações para executar a Política Nacional de Turismo, mas ficou restrito apenas aos objetivos, às diretrizes e à regulamentação econômica do setor de turismo (CRUZ, 2002). Suas diretrizes e objetivos incorreram em teses insustentáveis, mais uma vez, ao imputar ao turismo a geração de empregos e divisas e melhoria na distribuição de renda nacional.

Cruz (2002) resalta a incoerência do PLANTUR preceder a Política Nacional de Turismo e, que isso pode ter sido uma das causas de o PLANTUR nunca ter saído do papel. Outro pano de fundo relevante a ser ressaltado neste período trata-se da reformulação da máquina administrativa federal ocorrida no governo Fernando Collor de Mello (1991-1992) que culminou na transformação da EMBRATUR de empresa pública para autarquia especial, conforme já citado.

Ainda no governo Collor de Mello, paralelo ao PLANTUR ocorreu a implantação de polos turísticos prioritários, bem como foi gestado o PRODETUR-NE, criado com o objetivo de ampliar a infraestrutura no Nordeste, consoante à política neoliberal e recente abertura do turismo ao mercado internacional ocorrida a partir década de 1990, em que se cumpria uma lista de exigências de investidores internacionais.

Fratucci (2008) fornece exemplos sobre o preparo da infraestrutura realizado na região Nordeste do país neste período:

Assim, um número expressivo de aeroportos foi construído ou ampliado para poder receber os tão conhecidos "vôos charters" (São Luiz, Fortaleza, Natal, Recife, Salvador, João Pessoa, etc.); muitos quilômetros de rodovias foram abertos, asfaltados ou recapeados ligando as localidades da faixa litorânea

às capitais e, portanto, aos seus aeroportos; redes de abastecimento de água, energia e comunicação e sistemas de tratamento de esgotos foram disponibilizados em pontos privilegiados do litoral para onde estavam reservadas as áreas para a implantação de resorts (FRATUCCI, 2008, P. 131).

O PRODETUR-NE foi implantado no governo Itamar Franco e ganhou força no governo Fernando Henrique Cardoso e, devido ao seu aparente sucesso, tornou-se um paradigma estruturante das políticas de desenvolvimento turístico no Brasil, tendo sido integrado pela Política Nacional de Turismo atrelado aos Programas de Infraestruturas básicas e turísticas, seccionado em PRODETUR-NE, Prodetur Amazônia Legal I-Centro-Oeste e Prodetur-Sul (FRATUCCI, 2008).

Em 1994 foi criado o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) pela EMBRATUR, através da portaria nº 130 de 30 de março de 1994, do Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo (MICT) com ações estratégicas estruturadas a partir de cinco princípios norteadores: descentralização, sustentabilidade, parcerias, mobilização e capacitação (FRATUCCI, 2005).

A adesão ao PNMT não era obrigatória e não havia repasse financeiro direto, apenas repasse de informações e tecnologia que incluíam oficinas de planejamento participativo baseadas em técnicas de dinâmicas de grupo que mesclavam o método Metaplan e o ZOPP⁵³ para que os participantes pudessem construir conhecimento a partir da realidade local (FRATUCCI, 2008).

O PNMT foi estruturado em diversas etapas: preenchimento do relatório de informações turísticas, treinamento dos Agentes Multiplicadores, conscientização da comunidade, formação do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), criação do Fundo Municipal do Turismo, elaboração e implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal. Este último, deveria ser desenvolvido no próprio município, coordenado e avaliado por um comitê executivo, composto pelas entidades a nível nacional, comitês estaduais, podendo ser o Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo, Secretaria de Turismo e Serviços e Instituto Brasileiro de Turismo. Foram sugeridos diversos parceiros para colocar em prática o PMNT, como o Banco do Brasil, Associação dos Municípios, Comissão de Turismo Integrado, SEBRAE, SENAC, FINEP para prover crédito, prestar consultoria ou auxiliar na articulação da união entre o público e a iniciativa privada para o desenvolvimento de

⁵³ Da língua alemão - *Ziel Projekt Planung*, que significa Planejamento do Projeto de Meta.

projetos turísticos integrados (PROGRAMA NACIONAL DE MUNICIPALIZAÇÃO DO TURISMO, 1995).

Na análise de Fratucci (2008), o PNMT proporcionou o começo de uma mudança significativa nos processos de gestão do turismo, invertendo, de forma parcial, o sentido das decisões, valorizando a gestão municipal da atividade turística. Todavia, esta mesma característica foi igualmente um dos obstáculos para a continuidade do próprio programa, uma vez que o PMNT restringia a escala das ações à esfera municipal. Sem capacidade e autonomia para implantação do programa - leia-se, sem apoio de outras esferas, restrito às fronteiras municipais, a maioria dos municípios não implantou de forma efetiva o programa.

Um ponto positivo deste processo, segundo o autor supracitado, foi a percepção de gestores municipais de que o planejamento turístico poderia ser feito de forma conjunta com outros municípios, o que fez surgir os primeiros movimentos direcionados para construir conselhos e consórcios regionais de turismo.

Em 1996 foi instituída a primeira Política Nacional de Turismo preconizada pelo Decreto 448/92 que estabeleceu como objetivos a ordenação das ações do setor público em prol do bem-estar social; definição de critérios para o planejamento e execução das ações dos governos estaduais e municipais; e orientação referencial para o setor privado. As ações desta Política Nacional de Turismo foram orientadas por quatro macroestratégias: 1) Articulação público-privada; 2) Qualificação profissional; 3) Descentralização da gestão pública; e 4) Implantação de infraestrutura básica e turística (CRUZ, 2002).

Verifica-se por meio destas ações, que a gestão pública do turismo refletia a abertura comercial inaugurada na década de 1990, em que cedeu-se maior espaço à iniciativa privada, o controle passa a ser compartilhado com outras instâncias governamentais e surge o discurso da precariedade da mão-de-obra e infraestrutura básica e turística, que por meio de programas de fomento passaram a subsidiar diversas obras de infraestrutura em localidades turísticas.

Em relação à precariedade de mão de obra, Parente (2017) ressalta que a educação profissional no turismo recorrentemente objetiva “treinar” os profissionais de setor em série, o que acarreta uma visão compartimentada do turismo, em que se desenvolve a habilidade de realização de tarefas específicas, mas os sujeitos ficam alheios ao contexto global em que o turismo se insere e suas dinâmicas. A autora defende um processo de educação virtuoso - emancipatório, que ao contrário de

domesticar o trabalhador ao proporcionar apenas conteúdos técnicos e operacionais, estes possam ter acesso à uma educação problematizadora ao compreender e relacionar questões culturais, sociais, econômicas, dentre outras.

Almeida e Gutierrez (2007) ressaltam que assim como em outros países em desenvolvimento, a década de 1990 caracterizou-se pelas privatizações e diminuição do Estado em diferentes esferas e que isto também acometeu o lazer. Os autores explicam que a passagem do mundo do trabalho para a reestruturação produtiva ocasionou a terceirização, informalidade, desemprego estrutural, perda de direitos trabalhistas e quebra das organizações sindicais, que por sua vez, impulsionou o crescimento do setor terciário, que inclui o comércio, o turismo e o lazer, posição ocupada anteriormente pela indústria.

Aparentemente configura-se um cenário positivo, uma vez que houve melhoria da expectativa de vida dos brasileiros, superação do lento crescimento, redução do analfabetismo e pequeno aumento da distribuição de renda, que refletiu nas oportunidades de investimento em lazer. Todavia, apenas as classes média e alta possuíam maior acesso e mais opções de lazer. Assim, restava à população de baixa renda o refúgio em frente à televisão, como no período anterior, pois as ruas eram sinônimo de violência urbana, os parques e áreas verdes eram poucos ou sem manutenção, concentrando-se em regiões mais privilegiadas nas cidades (ALMEIDA; GUTIERREZ, 2007).

Gomes (2010) defende que o lazer deve ser uma luta da sociedade e que os cidadãos devem refletir sobre o sentido que o lazer tem em seus modos de vida e sociabilidade:

Devemos lutar pela ampliação do poder aquisitivo da população brasileira, por uma sociedade mais justa e inclusiva e pelo direito de acesso ao patrimônio cultural coletivamente construído, mas, podemos vivenciar um lazer de qualidade a partir de opções que não requerem muitos gastos também. Para isso, o lazer precisa ter sentido para as pessoas que o usufruem, representar uma possibilidade de mobilização e engajamento político, facilitar a criação de redes de sociabilidade e estimular a reflexão sobre nossa sociedade, tendo em vista torná-la mais digna e justa (GOMES, 2010, p. 13).

Compreende-se, então, o lazer como um direito e que deve-se lutar para que o seu acesso seja ampliado para todas as camadas da população, uma vez que este compreende o acesso às diversas formas de vivência e convivência social dos cidadãos e pode contemplar desde a visita a um patrimônio cultural que expressa a

história e memória coletiva de um povo, quanto simplesmente o ato de brincar, descansar ou ler um livro em uma praça pública com infraestrutura e segurança, sem a necessidade de despende capital monetário para que o lazer seja acessado.

Arantes, Vainer e Maricato (2002, p. 30) questionam “quem de fato “faz a cidade”?” e respondem que ao menos a partir dos anos 1990, eram as grandes empresas, que com as “mediações de praxe”, resultaram na mesma paisagem em toda parte, de Nova York a Londres, devido à concentração do desenvolvimento das áreas centrais da cidade nas mãos das “mesmas instituições financeiras, das mesmas megaincorporadoras, dos mesmos escritórios do *star system*” que por sua vez, criavam o ambiente propício encomendado pelas matrizes multinacionais de sempre.

Conclui-se assim, que na década de 1990 a institucionalização do turismo por meio da sua primeira Política Nacional de Turismo tinha uma preocupação setorizada quando se observam suas macroestratégias: a articulação público-privada e descentralização da gestão pública figurava como um compartilhamento de recursos e responsabilidades mútuos, depositava no desenvolvimentismo por meio da implantação de infraestrutura básica e turística com a esperança da transmissão da imagem de país preparado para receber o turista, que por sua vez, apoiava-se na qualificação profissional para alcançar este fim.

Desperdiça-se, desta forma, a oportunidade de pensar a infraestrutura básica, que inclui o lazer, e serve tanto ao turista quanto ao morador, de forma plural, uma vez que este ainda carrega a herança da década anterior - restrito e precário, em um período marcado pela valorização do patrimônio comandada por grandes conglomerados, que inseridos em uma teia global, transformam as cidades em mercadorias desencadeando processos de gentrificação (ARANTES, VAINER, MARICATO, 2000). Nesse processo, comunidades originárias são empurradas para as periferias, “tornando a televisão o maior produtor de lazer” para esta população excluída (ALMEIDA; GUTIERREZ, 2007, p. 49), resultando em cidades pensadas e planejadas sem considerar todos os possíveis usos de acordo com aqueles que nela habitam ou visitam.

Do ponto de vista positivo, houve pela primeira vez, a congruência entre a primeira Política Pública de Turismo e os hábitos de consumo do turista, no que diz respeito à preocupação com o patrimônio cultural e sua conservação para uso turístico, algo valorizado pelo turista neste período, haja vista a tendência de escolha

de produtos turísticos culturais e esportivos, com o objetivo de desenvolvimento humano e alargamento do conhecimento.

Houve, igualmente, o início de mudanças significativas em relação aos processos de gestão do turismo com a criação do PNMT, que veio a valorizar a gestão descentralizada (municipal), que apesar de não ter sido aderido de forma efetiva pela grande maioria dos municípios devido à falta de apoio das esferas estaduais e municipais e fomento, teve como legado o aprendizado de que o planejamento turístico poderia ser feito de forma regional, sendo assim o prelúdio dos programas de regionalização de turismo que serão analisados nos subitens posteriores.

3.1.4 Políticas Públicas de Turismo no Brasil de 2000 a 2018

O segundo Plano Nacional de Turismo foi lançado em 2003 e vigorou até 2007, a partir da criação do Ministério do Turismo (MTur), o qual foi idealizado para orientar todas as instâncias governamentais no que dizia respeito ao direcionamento de recursos, diretrizes e metas para a ampliação do mercado turístico internacional (LANZARINI e BARRETO, 2014).

Estes mesmos autores advertem que a criação do MTur foi um benefício para o setor, mas não é salvador dos entraves econômicos, sociais e culturais do país, devendo vincular-se às políticas públicas de outros ministérios, além de envolvimento e comprometimento de estados, municípios e da iniciativa privada para alcançar o desenvolvimento do país, inclusive no que diz respeito ao “turismo sustentável”, algo que precisa sair do papel e do discurso político para ações que efetivamente favoreçam todas as instâncias do progresso da humanidade.

Na mensagem do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, são apresentados discursos romantizados sobre a cultura brasileira, como a vocação turística e a convivência pacífica do seu povo:

É inegável a nossa vocação turística para o turismo. Dispomos de todas as condições para cativar nossos visitantes - praias, florestas, montanhas, rios, festivais, culinária diferenciada, parques nacionais, cidades históricas e a tradicional hospitalidade brasileira, assim como, os equipamentos, as empresas, e a qualidade dos serviços já encontrados em muitas regiões do país. Receber bem é o traço marcante do nosso povo. A mistura de nossas raças gerou uma gente alegre, solidária, onde todos se encontram nas diferenças, num ambiente de convivência pacífica. Somos um país de todos (PLANO NACIONAL DE TURISMO, 2003-2007, p. 3).

A vocação turística cabe muito bem nos discursos, especialmente em planos de desenvolvimento, mas rejeita-se este termo, uma vez que, conforme observado nos planos anteriores, o turismo no Brasil, assim como em outros países da periferia capitalista, vem se desenvolvendo lentamente, apoiado em obras de infraestrutura, acessível apenas a algumas camadas da população. Desta forma, não basta a existência de atributos naturais, de atrativos turísticos, mas diversos esforços conjuntos para que o turismo de fato se desenvolva: com políticas públicas, planejamento turístico integrado e participativo, oferta e demanda turística, infraestrutura básica e turística, etc.

Dentre os temas abordados como prioritários no Plano Nacional de Turismo (2003-2007) os professores Francisco Antonio dos Anjos e Aline Patricia Henz (2012) destacam a regionalização com o objetivo da interiorização e segmentação turística, a distribuição de renda, a segurança pública, a sustentabilidade dos patrimônios natural e cultural, a valorização social por meio do desenvolvimento do turismo, a satisfação individual com políticas de lazer, a qualificação profissional, a inserção no mercado internacional, investimentos em marketing e políticas de facilitação para a entrada de estrangeiros.

A regionalização do turismo foi colocada em prática a partir das recomendações da OMT pelo então criado MTur em 2003, tendo criado a partir de 2004⁵⁴ o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), que tinha como objetivo propor “diretrizes políticas e operacionais para orientar o processo de desenvolvimento turístico, com foco na regionalização [...] para que as regiões pudessem assumir a responsabilidade pelo seu próprio desenvolvimento” (MTUR, 2007, p. 11). Assim, é repassada a responsabilidade de desenvolvimento turístico anteriormente delegado aos municípios (PNMT) às regiões turísticas.

Para Tapia (2005) os planos regionais precisam resultar de ações coletivas de agentes públicos e privados, relacionadas a estruturas de governança regional para que possam promover desenvolvimento. Boisier (1996) vai além, ao salientar que o desenvolvimento regional sustentado tem como objetivo o progresso não só da

⁵⁴ Em 2013 o PRT foi reformulado passando a considerar oito eixos de atuação voltados para o apoio à gestão, estruturação e promoção do turismo nos municípios e regiões brasileiros (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021).

região, mas, igualmente de cada indivíduo da comunidade regional, inserindo todos os atores e não apenas instituições públicas e privadas.

A qualificação profissional é citada no plano como um fator crucial para a elevação da qualidade da oferta turística nacional para competir no mercado internacional.

Um indício contundente do lugar de destaque da qualificação turística é a criação da Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo no recém inaugurado Ministério do Turismo, que além de estimular iniciativas públicas e privadas, fomento e promoção do turismo, teve como objetivo a qualificação dos serviços turísticos. Esta ação pode ter sido oriunda de um dos apontamentos do diagnóstico apresentado no documento que classifica a qualificação profissional no país como deficiente, "tanto no âmbito gerencial quanto nas habilidades específicas operacionais" (PLANO NACIONAL DE TURISMO 2003-2007, p. 17).

Apesar de não apresentar quais fatores foram medidos, como o diagnóstico foi realizado, se esta 'deficiência' da qualificação dos recursos humanos é gerada pela falta de oferta de programas de qualificação, se a problemática está nas grades curriculares, na adesão ou se são resultados da medição pós-qualificação realizada, o plano atribui a este e outros fatores como: ausência de avaliação de políticas e planos do setor, insuficiência de dados, falta de estruturação da cadeia produtiva do turismo, regulamentação inadequada, insuficiência de oferta de crédito, deficiência de infraestrutura básica, baixa diversidade de produtos turísticos a falta de expressão do turismo brasileiro no cenário internacional, incompatível com as suas potencialidades e 'vocações'.

No Macro Programa Qualidade do Produto Turístico é citado o Programa de Qualificação Profissional, responsável pela qualificação e requalificação da mão-de-obra, aplicação de métodos considerando processos de certificação e destaca o grande número de empregos gerados pelo turismo. Cita como desafios a alta rotatividade dos postos de trabalho, a necessidade de atualizações e adaptações para a incorporação de novas tecnologias, bem como a consideração das dinâmicas sociais, culturais e diferenças regionais na formação de recursos humanos.

Ou seja, do ponto de vista positivo, considerar as diferenças regionais, dinâmicas sociais e culturais podem contribuir para a adequação do conteúdo programático da qualificação ao público. Porém, a certificação pode ser sinônimo de padronização, que por sua vez, pode não considerar as diversidades regionais

existentes no país. Por fim, não são citados os fatores causadores da alta rotatividade dos postos de trabalho, tampouco ações que poderiam mitigar este problema.

Em relação ao lazer, este é citado no Plano Nacional de Turismo (2003-2007) como um fator de construção da cidadania e de integração social, com acesso a todos, assim como as férias. Uma das iniciativas para concretizar esta meta seria a destinação de recursos dos Ministérios de Turismo, Trabalho e Emprego e da Integração Nacional em parceria com o Banco do Brasil e Caixa Econômica, na ordem de R\$ 1,4 bilhão, para investimento no financiamento da democratização do crédito no país, com o intuito de induzir e incentivar investimentos de pequenos e microempreendedores para desonerar o lazer do trabalhador.

O lazer é mencionado no Macro Programa de Infraestrutura, em que frisa que este só pode ser viabilizado em um cenário onde haja infraestrutura básica, como água, energia, transporte público, segurança, coleta e destino do lixo, tratamento de esgoto, comunicação, vias públicas e facilidade de acessos e que programas de financiamento como Prodetur Nordeste II, Sul, Centro, Proecotur Amazônia, Programa Pantanal e projetos financiados pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento supririam estas necessidades. Ou seja, é delineada uma hierarquia, em que alguns serviços e equipamentos públicos devem ser disponibilizados primeiramente, para que depois haja investimento no lazer.

O Plano Nacional de Turismo (2007-2010) possui discursos novos como a proposta de integração regional, mas novamente deposita no turismo a responsabilidade de indução de desenvolvimento social ao gerar emprego e renda. Este discurso está presente na apresentação do plano e nos seus objetivos gerais:

- Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando nossas diversidades regionais, culturais e naturais.
- Promover o turismo como um fator de inclusão social, por meio da geração de trabalho e renda e pela inclusão da atividade na pauta de consumo de todos os brasileiros.
- Fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional e atrair divisas para o País (PLANO NACIONAL DE TURISMO 2007/2010, p. 16).

O discurso de desenvolvimento regional é citado novamente na criação do Prodetur Nacional, pelo MTUR, em vigor atualmente (2021), que tem como objetivo contribuir para a estruturação dos destinos brasileiros, por meio de fomento ao

desenvolvimento local e regional através de parcerias com estados e municípios, fortalecendo a Política Nacional de Turismo (MTUR, 2021).

Dentre os objetivos específicos do Prodetur Nacional citados pelo MTUR, estão a melhoria da infraestrutura turística, prover os meios para qualificar os profissionais e serviços, além de contribuir para o desenvolvimento local, regional e nacional do turismo de forma sustentável e integrada. A infraestrutura turística e a qualificação profissional (Qualificação Profissional, dos Serviços e da Produção Associada) são inclusive, dois dos oito eixos de atuação propostos para alcançar os objetivos propostos pelo programa, sendo os demais: Gestão Descentralizada do Turismo, Planejamento e Posicionamento de Mercado, Promoção e apoio à Comercialização, Empreendedorismo, Captação e Promoção de Investimento, Informação ao Turista, e Conhecimento, Análise e Monitoramento (MTUR, 2021).

A qualificação profissional igualmente é citada no Plano Nacional de Turismo (2007-2010) como um dos eixos principais para a redução das desigualdades regionais e sociais, juntamente com o fomento da competitividade dos destinos turísticos, tendo sido investido entre 2003 e 2005 por meio do Programa Nacional de Qualificação Profissional, R\$ 15,3 milhões que atendeu 46 mil pessoas no país.

A infraestrutura de apoio ao turismo é citada como carente e que deveria ser de qualidade e com sustentabilidade, principalmente no que diz respeito à acessibilidade e ao saneamento ambiental, e que os gargalos existentes nesta área necessitam da articulação com outros setores da administração pública. O plano cita, ainda, que os investimentos propostos pelo Programa de Aceleração do Crescimento promoveriam avanços na superação das dificuldades da infraestrutura social, urbana e logística do país e que de 2003 a 2006 os investimentos em infraestrutura somados foram de quase R\$ 1,4 trilhões.

Em relação ao lazer, este é citado no Macroprograma Infraestrutura Pública, no Programa de Apoio à Infraestrutura Turística que o cita dentre um conjunto de ações, obras de infraestrutura como casas e centros de cultura, museus e parques públicos, e terminais de turismo social e de lazer.

A priorização da infraestrutura acentua-se a partir de 2011, devido à proximidade da Copa do Mundo de 2014 e Olimpíadas de 2016, em que a Política Nacional de Turismo passa a privilegiar a melhoria de infraestrutura de acesso e esportiva para sediar os dois maiores eventos esportivos mundiais. É neste período

que surgem os planos Cores e Aquarela que tinham como objetivo promover o turismo nacional e internacionalmente, respectivamente (LANZARINI e BARRETO, 2014).

O Plano Nacional de Turismo 2013-2016 cita como norteadores do desenvolvimento do turismo brasileiro a "participação e diálogo com a sociedade; a geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; o incentivo à inovação e ao conhecimento, e a regionalização como abordagem territorial e institucional para o planejamento" (PLANO NACIONAL DE TURISMO 2013-2016, p.8).

O plano, assim como os planos anteriores, traz um diagnóstico do turismo nacional e partir disso, define metas e ações para concretizá-las, que são sugestivas para o entendimento das prioridades do governo federal neste período:

1) Conhecer o turista, o mercado e o território, que diz respeito a realização de estudos e pesquisas e implantação de plataforma interinstitucional de dados;

2) Estruturar os destinos turísticos, que envolve desde a elaboração e a implementação dos planos de desenvolvimento turístico para o desenvolvimento e competitividade, à melhoria de infraestrutura turística, sinalização e acessibilidade nas cidades-sede da Copa do Mundo;

3) Fomentar, regular e qualificar os serviços turísticos, que diz respeito ao cadastro e fiscalização de prestadores de serviços turísticos, fomento, atração de investimento e capacitação e qualificação profissional para melhoria da qualidade dos serviços a serem ofertados aos turistas que visitarão o país nos megaeventos;

4) Promover os produtos turísticos, que inclui a realização de campanhas de promoção do turismo interno; apoio na realização de eventos e articulação para reavaliação dos encargos tributários;

5) Estimular o desenvolvimento sustentável da atividade turística, que concerne ao combate à exploração de crianças e adolescentes, integração da produção associada na cadeia produtiva do turismo e fomento do turismo de base comunitária;

6) Fortalecer a gestão descentralizada, as parcerias e a participação social; e

7) Promover a melhoria de um ambiente jurídico favorável.

Observa-se, assim, que este plano está bem alinhado com o planejamento da atividade turística, uma vez que se preocupa em: traçar um diagnóstico da demanda; preparar a infraestrutura (onde encontram-se os equipamentos de lazer); preparar a

oferta para bem receber os turistas (leia-se qualificação), para que após estas preparações possa haver divulgação para captar os turistas.

Destaca-se a consideração do turismo sustentável que envolve diversas perspectivas, que não apenas a ambiental, mas igualmente social, econômica e cultural, que por sua vez, está relacionada com a participação social para conhecer as demandas da comunidade em que o turismo se desenvolve ou pretende se desenvolver, além da preocupação em combater a exploração sexual, fato extremamente relevante, ainda mais tratando-se de um período em que o país receberia muitos turistas estrangeiros devido aos megaeventos.

Outro destaque é a preocupação em fomentar o Turismo de Base Comunitária, que teve como marco o lançamento do Edital 01/2008 do Ministério do Turismo para o financiamento específico ao modelo de turismo “onde as populações tradicionais, os trabalhadores rurais, os pescadores, os representantes das culturas indígenas são os principais protagonistas (BARTHOLO;SANSOLO; BURSZTYN, 2009. p. 15). Em relação ao conceito de Turismo de Base Comunitária, Irving (2009) aponta:

O turismo de base comunitária, portanto, tende a ser aquele tipo de turismo que, em tese, favorece a coesão e o laço social e o sentido coletivo de vida em sociedade, e que por esta via, promove a qualidade de vida, o sentido de inclusão, a valorização da cultura local e o sentimento de pertencimento (IRVING, 2009, p. 444).

Ou seja, em oposição ao turismo praticado por grupos externos, que muitas vezes podem não considerar as demandas da comunidade local, inclusive até mesmo tampouco empregar a mão-de-obra local, o Turismo de Base Comunitária considera os agentes locais como os protagonistas do desenvolvimento turístico. Ao pensarem o turismo a partir da sua história, memória e identidades, contribui-se para a coesão social e aumento do sentimento de pertencimento, aprendizagem da diferença e na afirmação e orgulho de suas identidades e história.

O Plano Nacional de Turismo (2018-2022) estabelece as diretrizes e estratégias para a implementação da Política Nacional de Turismo que se relacionam com a consolidação da regionalização, melhoria da qualidade e competitividade, incentivo à inovação e promoção da sustentabilidade.

A regionalização é mencionada como um dos objetivos da Política Nacional de Turismo, que visa descentralizar, estimulando que os estados e os municípios planejem as atividades turísticas em seus territórios de forma sustentável e segura,

com a “efetiva participação das comunidades receptoras nos benefícios advindos da atividade turística” (PLANO NACIONAL DE TURISMO 2018-2022, p. 55).

A infraestrutura (aérea, terrestre e portuária) é citada na diretriz “Melhoria da qualidade e competitividade” como um dos fatores capazes de impulsionar tanto o progresso socioeconômico do país - indício da aposta no turismo como gerador de emprego e renda, já observado em planos anteriores, quanto para elevar o patamar do turismo nacional no cenário competitivo global até 2022. Além da infraestrutura, outros indicadores⁵⁵ são citados para alcançar este patamar: abertura para o mercado internacional, ao ambiente de negócios, ao desenvolvimento sustentável e à segurança pública.

Sobre a diretriz “incentivo à inovação” são citadas as modificações do comportamento dos consumidores, que têm se tornado mais autônomos ao utilizarem a internet para se informar e realizar compras, e que a implementação de soluções mais rápidas e de custo reduzido podem ser oportunidades a serem aproveitadas pelo setor. Porém, salienta, que a incorporação de utilização de inteligência artificial se dá de forma desigual, em que o acesso não é igualitário para micro e pequenas empresas, sendo necessário apoio à inovação por parte do setor público.

A última e quarta diretriz “Promoção da sustentabilidade” refere-se à relevância, segundo o documento, à inter-relação do turismo com o enfrentamento das mudanças climáticas, uma vez que o turismo pode ser um vetor para o agravamento da situação, como a piora das condições climáticas pode impactar de forma significativa os destinos turísticos, que conseqüentemente afeta os fluxos turísticos.

As diretrizes do plano são relevantes para compreender seus marcos reguladores, mas cabe ressaltar que o documento é organizado em diagnóstico do turismo nacional e internacional, metas globais, as diretrizes já citadas e cinco linhas de atuação que estabelecem as linhas estratégicas para subsidiar o alcance das metas propostas, que são:

1) Ordenamento, gestão e monitoramento: diz respeito ao planejamento turístico descentralizado, pesquisa e monitoramento da atividade turística;

⁵⁵ Segundo o documento, estes indicadores baseiam-se no Relatório sobre Competitividade em Turismo realizado em 2017, no Fórum Econômico Mundial.

2) Estruturação do turismo brasileiro: inclui a melhoria da infraestrutura, fomento, aumento do leque de atrativos turísticos, sendo citada como uma das estratégias a promoção da valorização do patrimônio cultural e natural para a visitação turística, estímulo de destinos inteligentes e a segmentação turística;

3) Formalização e qualificação no turismo: ocorre por meio de intensificação de fiscalização para aumentar o número de estabelecimentos cadastrados para conhecer melhor o setor e proporcionar maior apoio a estes. Em relação à qualificação, esta está disponível para quem atua ou deseja atuar no setor, cursos online, além de cursos para gestores do turismo, com o objetivo de:

desenvolver e proporcionar conhecimentos inovadores, habilidades e atitudes para que estejam aptos a planejar, administrar e gerenciar políticas, programas, projetos e ações no campo do turismo e da hospitalidade, sob a ótica da qualificação e do desenvolvimento sustentável (PLANO NACIONAL DE TURISMO 2018-2022, p. 115).

Vê-se, portanto, uma mudança de postura em relação à expectativa da qualificação profissional, em que esta poderá contribuir para a formação de gestores capacitados para desenvolver políticas e projetos considerando o desenvolvimento sustentável.

Porém, nota-se a hierarquização, em que outros profissionais, que não os gestores, recebem qualificação sobre atendimento direto aos turistas e idiomas - indícios da valorização da formação tecnicista, evidente no seguinte excerto ao final do subitem que trata da capacitação profissional no plano: "Capacitar, qualificar e formar, não só para atender, mas para encantar os turistas são alguns dos desafios propostos por este Plano" (PLANO NACIONAL DE TURISMO 2018-2022, p. 115). Esta hierarquização revela a centralidade da mão-de-obra turística qualificada apenas para o bem receber o turista, sem desenvolvimento de criticidade quanto a todas as complexidades e contradições do fenômeno turístico.

4) Incentivo ao turismo responsável: atuação ética e com responsabilidade socioambiental, ao promover valores e apoiar políticas de inclusão, combater a exploração sexual de crianças e adolescentes na cadeia produtiva do turismo, fomentar a produção associada ao turismo e ao Turismo de Base Local, sensibilizar para o consumo consciente, e respeitar a diversidade de crenças religiosas, filosóficas e morais.

5) Marketing e apoio à comercialização: incrementar a promoção nacional e internacional dos destinos e produtos turísticos brasileiros, sendo citado em um dos subitens como imprescindível a ampliação da utilização da promoção e da comunicação dos destinos turísticos; incentivar eventos geradores de fluxos turísticos; consolidar a imagem desejada do Brasil como produto turístico, sendo citada a divulgação da cultura brasileira como um elemento de relevância competitiva; e incentivar ações para a facilitação de vistos.

Este plano segue uma lógica similar ao plano anterior: planejamento descentralizado, conhecimento e monitoramento da demanda, estruturação do turismo (infraestrutura), qualificação profissional, turismo responsável e marketing turístico.

Em relação ao lazer, novamente este inclui-se no item infraestrutura e não há diretrizes e fomento específicos para este fim, apenas tendo sido citada a importância de infraestrutura de transporte pelos mais diferentes modais para acesso aos centros históricos, equipamentos culturais, esportivos, comerciais e recreacionais, o que sublinha a preocupação com a infraestrutura logística para o desenvolvimento do turismo.

De forma conclusiva, destacam-se dois discursos relacionados ao turismo, que situa a aposta no turismo. A primeira é a vocação turística do país, com belezas naturais e 'encantos' do seu povo, como se fosse possível aglutinar o ser brasileiro em um povo amistoso e que convive em harmonia, sendo a hospitalidade uma marca a ser comunicada para atrair demanda internacional, mostrando-se ser uma redução problemática por não considerar a rica diversidade existente de norte a sul neste país e, principalmente, no que diz respeito à gestão do turismo, cabe frisar novamente, que ter belezas naturais pode ser um ponto de partida, mas não uma garantia de que o turismo será desenvolvido em uma localidade, pois sem infraestrutura e serviços de qualidade não há beleza e simpatia que resista.

O segundo discurso relaciona-se com o primeiro, pois ao turismo é atribuída a missão de salvar de entraves econômicos, sociais e culturais do país, devendo vincular-se às políticas públicas de outros ministérios, bem como envolver outros atores como estados, municípios e iniciativa privada para alcançar um suposto desenvolvimento do país. Neste caso, aplaude-se o apontamento da necessidade de articulação entre diferentes atores e setores para o desenvolvimento do turismo. Porém, o discurso peca em tratar o turismo como panaceia, suposto salvador de

economias, uma vez que ele pode contribuir com o desenvolvimento, mas não é a tábua de salvação, devendo vincular-se com outras fontes geradoras de receitas para as localidades, de forma a articular-se não apenas para desenvolver a sua atividade, mas a cidade, estado ou país como um todo.

Relacionado a este segundo discurso, no PNT 2013-2016 é atribuído ao turismo a responsabilidade de desenvolvimento regional, repassando o bastão dos municípios, anteriormente ditado com o Programa de Municipalização do Turismo, agora para as regiões turísticas. Apesar de ser um passo importante, ao tirar toda a responsabilidade dos municípios pelo desenvolvimento do turismo, concorda-se com Boisier (1996) que salienta que o desenvolvimento regional sustentado deve orientar-se de forma a atingir o progresso não só da região, mas, de cada indivíduo da comunidade regional, inserindo todos os atores e não apenas instituições públicas e privadas.

Ficou muito evidente a centralidade em que ocupa a qualificação profissional turística nos planos nacionais de turismo, como um agente capaz de posicionar o Brasil como um destino competitivo no cenário internacional (PTN 2003-2007) ou qualificada como carente (PTN 2007-2010) e que há necessidade de investimento na qualificação tanto de mão-de-obra operacional, quanto gestores, mas de forma segmentada, em que os currículos não se aproximam. O primeiro deve ser sensibilizado acerca da importância do bem-receber ou é formado de forma técnica para poder recepcionar turistas estrangeiros ao aprender um novo idioma; enquanto o segundo é treinado em como fazer a gestão de negócios turísticos.

Em relação ao lazer, este quando citado foi atrelado às ações relacionadas a infraestrutura ou é estabelecida uma hierarquização (PTN 2003-2007), em que a prioridade era o saneamento, por exemplo, e posteriormente o lazer. Estas escolhas são problemáticas e, conjectura-se que este processo é decorrente da expansão do capital, em que o formato da urbanização e em como as cidades foram produzidas, implicada em “lógicas de apropriação do espaço e de construção de relações sociais que evidenciam aspectos contraditórios e diversos conflitos no cotidiano” (VERSANI; PEREIRA, 2019, p. 128).

O fenômeno urbano é diverso, apresenta uma miscelânea de características, podendo ser pontual, localizado, focalizado, intensificando-se aqui e ali e não existe sem esta localização central. Há ordem e desordem, reúne, cria, transforma, é

movimento, não pode se fechar. É, portanto - colossal devido à sua extensão-expansão não limitada (LEFEBVRE, 1999).

Lefebvre (1999) destaca que como forma e realidade o urbano nada tem de harmonioso, e sua contradição principal reside no deslocamento e localização entre a centralidade do poder e as outras formas de centralidade, "entre o centro "riqueza-poder" e as periferias, entre a integração e a segregação" (*ibidem*, p. 155). Assim, o urbano reúne conflitos, inclusive o de classes. (LEFEBVRE, 1999, p. 160).

O pensamento de Krippendorf auxilia no entendimento destas contradições e conflitos cotidianos, focalizando o planejamento das cidades e esta relação com o lazer:

As cidades não se preocupam muito com o lazer nem com as necessidades de relaxamento dos seus habitantes. A maioria são cidades de trabalho, incompatíveis com uma vida plena. [...] Os esforços desesperados para salvar alguns espaços verdes e implantar algumas instalações para o lazer não altera a situação: as condições de moradia e a qualidade de vida cidadina degradam-se a olhos vistos (KRIPPENDORF, 2003, p. 37).

Esta degradação, segundo Versani e Pereira (2019), expressa-se por meio da intensificação da correlação do lazer à esfera do mercado e da indústria do entretenimento, em que as práticas e espaços de lazer têm sido cada vez mais privatizadas (mercadorizadas), em que se torna difícil encontrar nas cidades opções de lazer que não envolvam gastos ou que sejam de fácil acesso. O lazer atrelado ao consumo contribuiu para a desvalorização de atividades populares que proporcionam o encontro e o convívio entre as pessoas, sendo o lazer pago e mercadorizado mais valorizado. Por isso, o estabelecimento de políticas públicas que possam construir ou recuperar espaços de lazer gratuitos para o convívio da comunidade e de turistas é crucial, evitando as hierarquizações.

Versani e Pereira (2019), ressaltam, ainda, que os espaços de lazer são marcados pela influência de diversos agentes na sua reprodução, como ações diretas do mercado, interesses imobiliários, interesses do Estado e da própria comunidade, o que implica compreender estes os espaços para além da materialidade física, ao considerar aspectos econômicos, culturais, sociais e políticos. Ou seja, são permeados por relações de poder e estão em constante disputa. Porém, esta disputa não é justa:

No campo de forças que configuram a produção de territórios para o lazer, a disputa de poder não é justa, e nem poderia ser. Fundamentada em bases capitalistas, o mercado se apropria cada vez mais dos espaços disponíveis para o lazer, restringindo sua vivência enquanto possibilidade de consumo e tendo a centralidade na dimensão econômica como prática hegemônica. Assim, os territórios para o lazer enquanto consumo se multiplicam na configuração espacial das cidades ao mesmo tempo em que excluem grande parte da população de suas vivências, sendo o *Shopping Center* um dos exemplos mais emblemáticos de um território do lazer nesses moldes. Não são os sujeitos que se apropriam do espaço de lazer como forma de emancipação e liberdade, mas se submetem no espaço de lazer à lógica de poder do mercado e aos ditames de uma sociedade de consumo de massa (VERSANI; PEREIRA, 2019, p.137).

Observa-se que apesar de o lazer ser um direito dos cidadãos, inclusive regulamentado a partir da criação do Estatuto da Cidade já citado, está inserido em um campo de disputa. Porém, o processo de urbanização, ao qual está relacionado com os espaços de lazer e seu acesso, pode ser moldado de forma coletiva, segundo Harvey (2012):

A questão de que tipo de cidade queremos não pode ser divorciada do tipo de laços sociais, relação com a natureza, estilos de vida, tecnologias e valores estéticos desejamos. O direito à cidade está muito longe da liberdade individual de acesso a recursos urbanos: é o direito de mudar a nós mesmos pela mudança da cidade. Além disso, é um direito comum antes de individual já que esta transformação depende inevitavelmente do exercício de um poder coletivo de moldar o processo de urbanização. A liberdade de construir e reconstruir a cidade e a nós mesmos é, como procuro argumentar, um dos mais preciosos e negligenciados direitos humanos (HARVEY, 2012, p. 74).

Assim como a construção das cidades pode ocorrer de forma coletiva, também o turismo pode ser construído coletivamente, considerando seus pontos virtuosos, mas igualmente, as suas contradições que são inerentes no seu processo de desenvolvimento, que caminha da “desordem para a ordem, ciclicamente, se retroalimentando mutuamente” (FRATUCCI, 2008, p. 128) e isso pode se dar pela via do planejamento turístico participativo.

3.2 PLANEJAMENTO TURÍSTICO PARTICIPATIVO, TURISMO CULTURAL E PATRIMÔNIO CULTURAL

Com a Constituição Federal de 1988 o Brasil passou a adotar mecanismos de participação popular direta como o plebiscito, o referendo e a iniciativa popular e estes

são feitos que assinalam a mudança de períodos antidemocráticos para a democracia participativa.

O conceito etimológico de democracia abrange, na verdade, dois conceitos - *dêmos* que significa povo e *krátos* que quer dizer poder. Auad et al (2004) ressaltam que o “povo” considerado pela democracia Ateniense, berço da democracia como regime político por volta de 510 A.C. eram apenas homens, descendentes de famílias gregas, o que excluía todas as mulheres, crianças e escravos.

Talvez esta exclusão tenha apenas se modificado, uma vez que segundo estes mesmos autores, a democracia representativa vem apresentando sinais de crise no Brasil, não sendo uma prática cotidiana no país, o que tem causado um distanciamento cada vez maior dos anseios populares.

Este distanciamento pode estar relacionado com a falta de envolvimento popular, uma vez que o ser homem é um ser gregário e, portanto, comunitário, em que o querer-viver em comunidade, chamada vontade tem sido suprimida pela fetichização do poder que ocorre atualmente nas sociedades neoliberais, em que o poder é exercido como dominação, atuando como uma força extrínseca, “de cima” sobre o povo, que quando não têm suas demandas atendidas, fica ele próprio debilitado (DUSSEL, 2007).

O poder fetichizado pode causar a insatisfação dos sujeitos, que segundo o economista Max-Neef (1986), pode se transformar em patologias individuais ou coletivas. Para este autor, o desenvolvimento em escala humana baseado na satisfação das necessidades humanas fundamentais pode gerar níveis crescentes de autodependência na articulação orgânica dos seres humanos com a natureza e a tecnologia e isso se dá a partir do protagonismo real das pessoas, por meio da democracia participativa, sem hierarquias de cima para baixo.

Para alcançar o desenvolvimento em escala humana, Max-Neef (1986) propõe a combinação de dois critérios – as categorias ontológicas: Ser, ter, Fazer e Estar e as categorias existenciais: necessidade de Subsistência, proteção, Afeto, Entendimento, Participação, Ócio, Criação, Identidade e Liberdade e ressalta que a integração harmônica no processo de desenvolvimento significa oportunizar que as pessoas possam viver esse desenvolvimento desde o começo, dando origem a um desenvolvimento sadio, auto dependente e participativo, capaz de criar fundamentos para uma ordem em que se possa conciliar o crescimento econômico, a solidariedade social e o crescimento das pessoas como grupo e como indivíduo.

Cunha Lima (2017) em sua pesquisa de doutoramento realizada em 2012 no Algarve, Portugal, contribui com um exemplo ilustrativo para compreender como o desenvolvimento local e humano, aplicando esta perspectiva de Max-Neef foi capaz de reverter a desertificação populacional e a falta de oportunidade econômicas por meio da criação de redes e parcerias solidárias na formação de arranjos produtivos turísticos locais ao atrair novos moradores e visitantes para conhecer a realidade local.

O estudo trata-se da análise do Projecto Querença, criado com o objetivo de apoiar novas alternativas econômicas e sociais através de atividades já desenvolvidas no local, como agricultura, doçaria e artesanato. A partir de cada iniciativa apresentada, esta era incentivada, sendo criada uma rede de parcerias solidárias (públicas e privadas), de forma a empoderar individual ou coletivamente os membros da comunidade. O objetivo central não se localiza pura e simplesmente no crescimento econômico, mas sim em fomentar as condições que “possibilitem a construção constante da expansão da liberdade por meio da melhoria da qualidade de vida das pessoas [...] Desse modo a atividade turística passa por uma humanização e se reescreve enquanto arranjo produtivo” (CUNHA LIMA; FLORES E SILVA, 2017, p.13-14).

Como resultado, Cunha Lima e Flores e Silva (2017) ressaltam que o Projecto Querença apresentou um nível relevante de impacto social: reorganização do grupo, permanência da comunidade na aldeia, sentido de coletividade, convívio e sociabilidade entre os membros, pertencimento cultural que se transformou em orgulho de nascer e pertencer à aldeia, fortalecimento da identidade da comunidade resultante do reconhecimento e da valorização das tradições culturais. A partir desses ganhos, a comunidade mantém sua história viva e seus saberes e fazeres passam a garantir sua sobrevivência, além de alterar os efeitos históricos negativos ocorridos no território ao longo dos anos.

Especificamente sobre a perspectiva de Max-Neef, os autores apontam que os itens: oportunidade, convívio e pertencimento cultural/orgulho identificam-se tanto nas categorias ontológicas quanto axiológicas (MAX-NEEF, 1986), responsáveis pela satisfação das necessidades individuais e coletivas, o que reforça a concepção de que o Projecto Querença pode atingir o desenvolvimento em escala humana. Assim, concorda-se com os autores que concluem que:

A atividade turística enquanto uma atividade que serve para expor e apresentar a cultura de um povo, pode estimular a participação da comunidade levando ao fortalecimento da identidade do grupo e gerar uma valorização das tradições, saberes e ofícios (CUNHA LIMA; FLORES E SILVA, 2017, p.14).

A participação da comunidade está no cerne da democracia. O filósofo Enrique Dussel ressalta em sua obra *Carta a los indignados* (2011) que a democracia sem o povo é ilusória e fetichizada e que “la democracia *participativa* posee una anterioridad absoluta, por ser la esencia del ejercicio del poder, anterior a toda *delegación* (que hemos denominado *potestas*)”. Ou seja, Dussel reverbera o sentido estrito etimológico da palavra democracia, em que o poder reside e emana do povo, ao qual denomina *potentia* e não no seu exercício (*potestas*).

Quanto maior a participação dos membros singulares na comunidade de vida é exercida, maior é a efetivação das reivindicações particulares e comuns. O consenso deve ser um acordo entre todos os participantes, como sujeitos, livres, autônomos, racionais, com igual capacidade de intervenção retórica, para que o poder possa assim emanar do povo (DUSSEL, 2007).

Reflete-se que a participação da comunidade deve ser consciente, crítica e calcada na autoindependência, que significa alterar a forma como as pessoas percebem suas próprias capacidades e potencialidades, muitas vezes degradadas devido às relações centro-periferia dominantes (MAX-NEEF, 1986).

Em relação ao turismo, analisa-se que a participação popular recebeu destaque em alguns documentos federais ao longo do tempo. A partir da criação do Ministério do Turismo em 2003, segundo o Plano Nacional de Turismo 2007-2010, o propósito do então atual governo era conceber um novo modelo de gestão pública descentralizada e participativa, incluindo os mais variados agentes sociais.

Porém, ao citar que o MTur atendeu a antiga reivindicação do setor no que diz respeito às articulações transversais com diversos atores e instâncias, são citadas articulações com agentes públicos, como demais Ministérios, governos estaduais e municipais, poder legislativo, Comissão permanente de Turismo e Desporto da Câmara dos Deputados, Comissão Permanente de Desenvolvimento Regional e Turismo do Senado Federal, bem como articulações com o setor empresarial e com a sociedade civil organizada. Abstrai-se que a comunidade seria considerada aqueles agentes que fazem parte deste último. Não há menção sobre comunidades receptoras, não que este seja um erro semântico, uma vez que tampouco foi citado a

comunidade relacionada direta ou indiretamente com o turismo nas localidades turísticas no Plano Nacional de Turismo 2007-2010.

Verifica-se uma mudança no Plano Nacional de Turismo 2018-2022, em que cita como uma de suas diretrizes o fortalecimento da regionalização do turismo em cumprimento à Lei do Turismo - nº 11.771 de 17 de setembro de 2008, principal marco do turismo no país, segundo o documento. Este marco é definido como um dos objetivos da Política Nacional de Turismo, qual seja: a promoção, descentralização e regionalização do turismo, estimulando que estados, Distrito Federal e municípios planejem as atividades turísticas “de forma sustentável e segura, inclusive entre si, com o envolvimento e a **efetiva** participação das comunidades receptoras nos benefícios advindos da atividade econômica” (PLANO NACIONAL DE TURISMO 2018-2022, p. 55, *grifo nosso*).

Não há dúvidas de que as comunidades receptoras devem ser inseridas, ouvidas e inclusive devem se pronunciar quanto ao desenvolvimento e igualmente ao não desenvolvimento do turismo em um determinado local, como bem pontua Barreto (2005). Para a autora, o planejamento turístico que inclui - ouve a comunidade não se refere às campanhas de conscientização turística:

Esse planejamento que ouve a comunidade não deve ser confundido com as campanhas de conscientização que constam de algumas diretrizes de planejamento oficial de turismo. Essas propostas de conscientização são questionáveis na medida em que os moradores locais não ligados diretamente à atividade turística são utilizados como parte da paisagem, sendo levados por meio de técnicas de convencimento, a tratar os turistas com simpatia e condescendência, mediante a alegação de que o turismo é uma atividade que traz dinheiro para o local, dinheiro este que a população em geral não vê porque fica nas mãos dos empresários que trabalham diretamente na atividade turística (BARRETO, 2005, p. 21).

Margarita Barreto (2005) cita Molina e Rodriguez (1987) para ressaltar que o planejamento participativo envolve todos os setores e os indivíduos da sociedade, resultando em um plano produzido não apenas pelos planejadores, mas por toda a sociedade em si. Dentre os benefícios dessa participação estariam o comprometimento com o plano, a resolução de conflitos, a valorização do entorno e a tomada de conhecimento sobre as reivindicações da sociedade.

A autora complementa que apesar do planejamento ser necessário, este é limitado, pelo fato de não ser suficiente se não houver políticas socioeconômicas,

culturais e ambientais que o respaldam, além de uma sociedade comprometida na busca da utopia do bem comum (BARRETO, 2005).

Vê-se assim, a relevância da integração do planejamento turístico com demais políticas, haja vista o turismo ser um fenômeno complexo que depende de infraestrutura de acesso e local, desenvolvido de forma a mitigar interferências negativas ao meio ambiente, à cultura local, etc. Novamente recorre-se ao economista Max-Neef (1986) que ressalta que se as necessidades humanas fundamentais forem realizadas no começo e no processo de desenvolvimento, de forma participativa, conciliando o crescimento econômico, com a solidariedade social e o crescimento das pessoas, resulta em autodependência em diversos níveis: individual, grupal, local, regional e nacional.

O autor aconselha que para que isto seja concretizado é imprescindível incentivar a autoindependência, a criatividade e a participação da comunidade, tendo como resultados agregadores o reforço da identidade cultural por meio da autoconfiança, colaborando para que as comunidades possam compreender melhor as tecnologias e os processos produtivos, sendo assim capazes de se autoadministrar. Quando o micro não coopta o macro - leia-se o centro não coopta as bordas - e sim quando o trabalho é realizado de forma a complementar-se horizontalmente têm-se um processo que estimula as potencialidades reciprocamente colaborando para a solidificação da identidade sociocultural, autonomia política e auto dependência econômica.

Um projeto político democrático e descentralizado colabora para um desenvolvimento à medida humana, e esta articulação não emerge de forma mecânica - deve ser construída e sua consistência e eficácia são exequíveis a partir da ação de seres protagonistas reais, que não se reduzem em uma abstração estatística (MAX-NEEF, 1986).

Uma forma de envolvimento das comunidades receptoras pode ser através do planejamento do turismo considerando a história, cultura e memória de um povo de uma localidade, como é o caso do Turismo Cultural. Ressalta-se que este segmento não é eleito como uma tábua de salvação ou receita, é apenas citado como uma das formas de considerar o envolvimento da comunidade local, pois este envolvimento é fundamental devido à sua vivência histórica, memória, identidade, saberes e fazeres.

O Turismo Cultural tem como conceito:

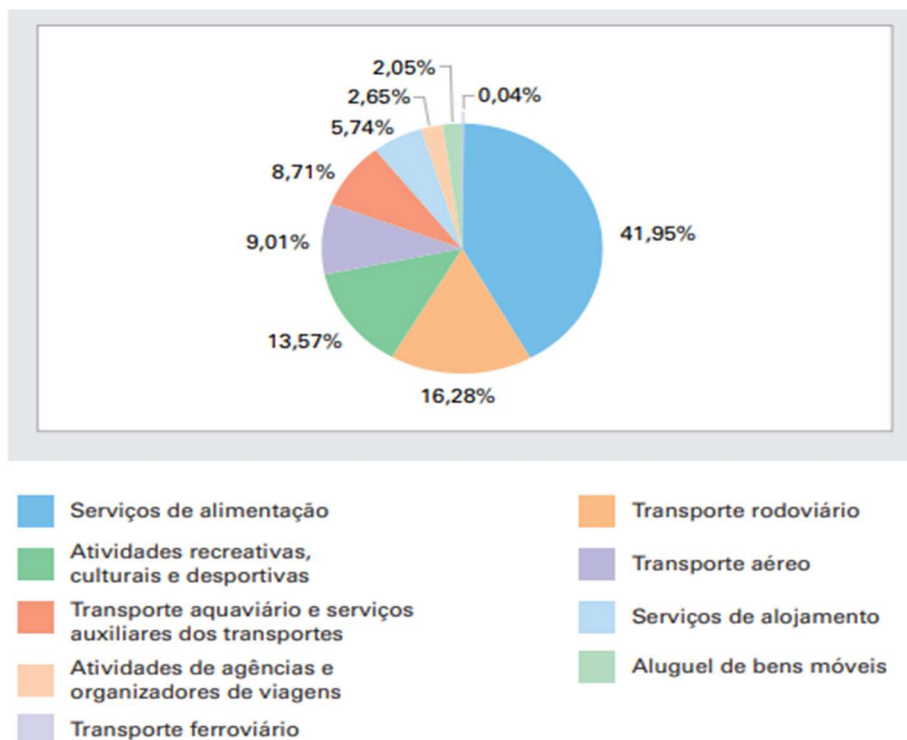
Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (MTUR, 2006, p. 10).

Apesar de o Turismo Cultural ser considerado um segmento do turismo, concorda-se com Pérez (2009, p. 108) que o termo “turismo cultural” é uma redundância, uma vez que não há turismo sem cultura, pois “o turismo é uma expressão cultural” e tem sido uma das práticas que mais tem fomentado o contato intercultural entre as pessoas, povos e grupos.

Para desenvolver o Turismo Cultural é necessário conhecer os hábitos de consumo dos turistas para poder oferecer produtos de acordo com as necessidades e os desejos dos consumidores. O mapeamento dos hábitos de consumo dos turistas pode ser encontrado em estudos de demanda turística, relatórios governamentais, estudos econômicos, etc.

O Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão juntamente com o IBGE publicaram em 2012 um estudo sobre a economia do turismo intitulado “Uma perspectiva macroeconômica 2003-2009” e em sua análise de resultados ressalta que em 2009 as atividades turísticas geraram o valor bruto de produção de R\$ 113,3 bilhões no Brasil, o que representou 7,3% do PIB brasileiro, registrando um crescimento de 5,5% deste setor. Chama a atenção a distribuição percentual por atividade, representada pela figura 14.

Figura 14 - Distribuição Percentual do Valor Bruto da Produção do Turismo por Atividade (2009)



Fonte: IBGE - Economia do Turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2009 (2012).

As atividades recreativas, culturais e desportivas apresentaram a segunda maior participação, com R\$ 18,6 bilhões, o que corresponde a 17,9%, atrás apenas dos serviços de alimentação, com R\$ 38,8 bilhões, que corresponde a 37,4%.

O Estudo da Demanda Turística Internacional Brasil - 2018 apresenta diversas características dos turistas, como gênero, local de origem, renda, grau de instrução, tipo de transporte e meio de hospedagem, destino mais visitados, gasto per capita, permanência, utilização de agência de viagem ou não, fontes de informação para organizar a viagem, uso da internet para pesquisa e compra, nível de satisfação, intenção de retorno, frequência de visita, avaliação da infraestrutura e serviços turísticos, conhecimento da Marca Brasil e motivação da viagem.

Em relação a este último, é possível constatar a predominância dos destinos de sol e praia, tendo sido escolhido por 71,7% dos pesquisados, seguido da motivação relacionada ao turismo de natureza e aventura (16,3%). Apesar de o Turismo Cultural ter ficado em terceiro lugar, houve um aumento deste segmento em 2018 (9,5%) em relação ao ano anterior (9,0%). Este percentual é maior quando se analisa a motivação de viagem por via de acesso aérea, em que 13,6% dos

questionados responderam que o motivo da viagem era o Turismo Cultural, tendo um predomínio menor do Turismo de Sol e Praia, com 68% (MTUR, 2018).

Vale registrar que os destinos mais visitados em 2018 pelos turistas internacionais a lazer foram Rio de Janeiro (29,7%), Florianópolis (17,1%), Foz do Iguaçu (12,9%), São Paulo (8%) e Armação de Búzios (8,2%) (MTUR, 2018), o que ressalta o potencial de crescimento do Turismo de Natureza e Aventura com os atrativos já consolidados em Foz do Iguaçu, como as Cataratas do Iguaçu, mas igualmente o potencial de desenvolvimento do Turismo Cultural no município. Se cruzarmos os dados do IBGE (2012) acima mencionados verifica-se que as atividades culturais representam uma relevante participação no valor bruto da produção do turismo em termos econômicos.

Para além dos benefícios econômicos para a localidade, Pérez (2009) ressalta que os espaços turísticos além de serem lugares funcionais, igualmente são lugares vivenciais e experienciais, uma vez que a experiência turística envolve:

vivências sensuais (sons, odores, cores, ambiente), sociais (relações com os outros, hospitalidade, bem-estar, segurança, diversão), culturais (eventos, festivais, actividades, alojamento, restauração, enriquecimento) e económicas (relação qualidade do serviço-preço, relação custo-benefício da vivência, acessibilidades e transportes). (PÉREZ, 2009, p. 110).

Para Trigo (2010, p. 23) o ser humano sempre procurou novas experiências, que foram se moldando em um conceito de viajar ligado à aquisição de conhecimento e experiência, pois as pessoas que viajavam, ao retornar, voltavam “transformadas”.

Vale ressaltar que a busca por experiências diferenciadas ou ‘transformadoras’ podem ser justificadas pela vivência do homem em um mundo caótico, com perda de referências que fomenta a necessidade de pertencimento, pois os turistas “querem ser atores, responsáveis e solidários em seus intercâmbios com outros mundos” (ZAOUAL, 2009, p. 58).

Segundo Pedro Novais, Ministro de Estado do Turismo⁵⁶ na apresentação do Manual para o Desenvolvimento e a Integração de Atividades Turísticas (MTUR, 2011), os turistas atualmente possuem um perfil diferente dos viajantes de décadas anteriores: “mais que belas paisagens e relaxamento, quem viaja busca experiências

⁵⁶ Pedro Novais foi Ministro do Turismo do Brasil de 01 de janeiro a 14 de setembro de 2011, na gestão da presidenta Dilma Rousseff (2011-2016).

únicas, por meio do contato com os saberes e fazeres típicos dos destinos escolhidos” (MTUR, 2011, p. 4).

Observando o conceito de Turismo Cultural, abstrai-se que este é o perfil do turista que procura por destinos que possam oferecer atrativos culturais. Segundo o MTUR (2006) o turista cultural interessa-se não apenas pela cultura de cunho erudito, como a visita a museus, prédios históricos, manifestações musicais, cênicas e literárias, mas igualmente, pela cultura dita popular, como as manifestações tradicionais e folclóricas que podem ser acessadas por meio da gastronomia, festas e celebrações populares, lendas, históricas e causos locais, produtos artesanais, e complementa:

O turista cultural valoriza a cultura em toda a sua complexidade e particularidade, movimentando-se em busca de ícones que representam a identidade local e a memória coletiva. Ambos os conceitos remetem a um conjunto de experiências, fatos históricos e elementos culturais comuns a um grupo ou comunidade, e que podem ser representados pelos bens culturais materiais e imateriais que compõem o patrimônio (MTUR, 2006, p. 17)

Para compreender este complexo conceito é necessário definir as bases em que apoiam-se este trabalho no que diz respeito ao conceito de cultura e identidade, para então definir cultura material, imaterial e o patrimônio como uso e como consumo e sua patrimonialização, que tem o turismo como um dos agentes.

Compreende-se a cultura como algo que molda o ser humano e os diferencia como espécie única (GEERTZ, 1989). Esta diferenciação não se dá por meio de gabaritos genéticos, mas pela utilização de recursos culturais para agir, para tomar decisões. Para Geertz (1989) as emoções do ser humano são artefatos culturais, o que demonstra que dependemos de relações sociais não só para moldar quem somos, mas também para nossa sobrevivência. “Sem os homens, certamente não haveria cultura [...] somos animais incompletos e inacabados, que nos completamos e acabamos através da cultura” (GEERTZ, 1989, p.36).

Esta concepção de Clifford Geertz se opõe a conceitos reducionistas, pois para o autor o ser humano não pode ser definido apenas por suas habilidades inatas ou por seu comportamento real e sim, pelo elo entre eles.

O reducionismo do conceito de cultura ocorre quando esta é definida como sinônimo de sofisticação, de sabedoria, de educação ou até mesmo expressão de inteligência, segundo Da Matta (1986). Isto pode ser perigoso, pois no jogo das

relações de poder, saberes e conhecimentos milenares podem ser desclassificados para que ocorra a aceitação de culturas dominantes como únicas.

Independentemente da hierarquia social, todo ser humano é culto, segundo Cavalcanti e Maher (2009):

A cultura é uma visão particular de mundo. [...] todo ser humano é culto, já que nenhum ser humano está no mundo destituído de um sistema de valores e representações. Todos nós atribuímos sentido às coisas e às pessoas que nos cercam tendo por base orientações fornecidas pelo grupo cultural a que pertencemos (CAVALCANTI & MAHER, 2009, p. 12).

Meneses (1986) ressalta que para além de atribuir sentidos (que não são abstratos) atribuímos igualmente valores às coisas. Segundo o autor, a cultura abrange tanto aspectos materiais como não-materiais e “se encarna na realidade empírica da existência cotidiana” e tais sentidos são parte crucial das representações com as quais suprimos e orientamos nossa prática, e assim reelaboramos de forma simbólica as estruturas materiais de organização social, conferindo-lhes legitimidade de forma a reforçá-la ou contestando-as e as transformando. Desta forma, antes de ser sinônimo de refinamento ou sofisticação, “a cultura é uma condição de produção e reprodução da sociedade” (MENESES, 1996, p.89).

Assim, percebe-se que o elo mencionado por Geertz (1989) refere-se às relações, trocas e interações sociais entre os seres humanos. Nestas trocas há igualmente a atribuição de sentidos e posicionamento entre o que significa ser o eu e o outro - a construção de identidades. Para Hall citado por Woodward (2000) a identidade precisa de algo fora dela para existir. As marcações da diferença - o que marca o que é ser brasileiro e o que é ser o outro, por exemplo, são construções sociais e estão em constante disputa no tempo e no espaço, permeado por relações de poder.

O mesmo ocorre com o que é considerado patrimônio por uma comunidade ou que não é. O patrimônio cultural também é disputado. É uma invenção e uma construção social (PRATS, 1998).

A preocupação com o patrimônio cultural no Brasil ocorreu após a industrialização, como forma de preservar o patrimônio relacionado ao passado colonial devido ao progresso testemunhado neste período. Assim, em 1937 foi criado

o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN⁵⁷), idealizado por modernistas como Oswald de Andrade, Mário de Andrade, Manuel Bandeira, dentre outros, e teve como principal objetivo a construção da noção de identidade para o patrimônio cultural brasileiro (TVNBR, 2017⁵⁸). As primeiras políticas tinham o foco no tombamento e preservação do patrimônio material que são as edificações (bens móveis) como igrejas, centros históricos, etc, e não representavam a diversidade da cultura brasileira, uma vez que os monumentos tombados estavam restritos à região Sudeste, poucos na Bahia ou em Pernambuco (PROGRAMA HARMONIA, 2015⁵⁹).

O Decreto-lei nº 25 de 30 de novembro de 1937 organizou a proteção do patrimônio histórico e artístico nacional criando quatro livros de tombos: Histórico, de Belas-Artes, de Artes-Aplicadas e Arqueológico/Etnográfico/Paisagístico. Foram feitos trabalhos de inventariação e pesquisas em alguns estados para verificar o estado de conservação dos bens, documentação fotográfica existente, tendo sido priorizados os remanescentes da arte colonial brasileira, em especial, a arquitetura religiosa. No primeiro ano, após o referido decreto, foram tombados 234 bens, em dez estados, principalmente conjuntos arquitetônicos e urbanísticos das cidades mineiras de Ouro Preto, Diamantina, Mariana, São João del Rei, Serro e Tiradentes (IPHAN, 2021⁶⁰). Entre março e maio de 1938 os primeiros bens tombados foram: o conjunto arquitetônico e paisagístico de São João del Rey em Minas Gerais (livro de Belas-Artes do SPHAN); a Igreja e o Convento de São Francisco em Salvador-BA (Livro Histórico) e a coleção do Museu de Magia Negra no Rio de Janeiro (livro Arqueológico/Etnográfico/Paisagístico (RIO E CULTURA, 2021⁶¹).

Köhler (2019) corrobora a priorização do tombamento dos bens arquitetônicos relacionados ao passado colonial brasileiro:

Os monumentos arquitetônicos do Brasil Colônia (1500-1822) foram elevados ao status de patrimônio histórico e artístico nacional, ao passo que

⁵⁷ A primeira denominação do IPHAN foi Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), integrado à estrutura do Ministério da Educação e Saúde.

⁵⁸ Entrevista concedida pela presidente do IPHAN, Kátia Bogéa em 03 de fevereiro de 2017. Entrevista completa disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VHijG1lrgzE>>. Acesso em 21 de Julho de 2021.

⁵⁹ Entrevista concedida pela cientista social do IPHAN, Corina Moreira em 16 de junho de 2015. Entrevista completa disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PF6hefnpivg>>. Acesso em 21 de Julho de 2021.

⁶⁰ Disponível em: Disponível em:< <http://portal.iphan.gov.br/80anos/noticias/detalhes/3576/iphan-de-1937-a-1970-%20%E2%80%93-primeiros>>. Acesso em 15 de julho de 2021.

⁶¹ Disponível em:< <http://www.rioecultura.com.br/instituicao/cronologia.asp>>. Acesso em 15 de julho de 2021.

a produção contemporânea – de matriz modernista – era avaliada como a arquitetura do presente e do futuro. Tudo que se localizava entre o colonial e o então contemporâneo – ecletismo, classicismo, art déco etc. – era considerado desprovido de valor, nas primeiras décadas de atuação do IPHAN (KÖHLER, 2019, p.141).

Este mesmo autor acrescenta que para muitos autores o século XX foi o “século da destruição” devido à urbanização acelerada, a industrialização, a busca pelo progresso, guerras, e nas últimas décadas, com a globalização, emergiu o sentimento de preservar o patrimônio cultural, o que culminou em diversas cartas patrimoniais ao longo do tempo, sendo a Carta de Atenas (1933) a principal influência sobre o pensamento da ação do IPHAN durante o período de 1937-1967, conhecido como fase heróica. Além da preocupação particular de tombamentos de bens móveis relacionados ao passado colonial, Köhler (2019) ressalta que o foco do tombamento eram edifícios isolados em detrimento do conjunto urbano e havia grande desconfiança de proprietários de bens tombados e do mercado imobiliário.

Segundo Köhler (2019) as cartas patrimoniais são documentos de referência, de caráter prescritivo ou indicativo, relacionadas a questões preservacionistas que abordam diversos temas para análise, inclusive o turismo cultural. O autor elaborou uma síntese das cartas patrimoniais já publicadas – que ultrapassam uma centena, tendo sido selecionadas as que possuíam maior relação com o desenvolvimento econômico e o turismo cultural. A partir das análises de Köhler (2019) elaborou-se o quadro 6, em que se sintetizam as principais preocupações de cada carta patrimonial apresentada no estudo do autor e se há menções ao turismo para refletir sobre a relação da preservação do patrimônio cultural e o turismo.

Quadro 6 - Cartas Patrimoniais - Preocupações e Menções ao Turismo

Carta Patrimonial / Ano	Principais preocupações	Menções ao turismo
Carta de Atenas (1931)	-Considerados como patrimônio cultural as grandes obras arquitetônicas; -Recomenda a educação do povo para não vandalizar ou destruir o patrimônio;	-Não menciona;
Carta de Atenas (1933)	-Apesar de classificar o patrimônio em edifício isolado e conjuntos, o foco é no tombamento do primeiro; -Desconfiança da iniciativa privada;	-Resistência ao aproveitamento econômico do patrimônio cultural, para uso turístico; -Poucas iniciativas ao aproveitamento turístico: visita a monumentos arquitetônicos do Brasil Colônia e

	-Principal influência sobre o pensamento e ação do IPHAN;	coletâneas e guias de turismo (Olinda e Ouro Preto) para estimular a visita com pouca atenção ao conjunto arquitetônico, urbanístico e paisagístico em que estavam inseridos;
Recomendação de Nova Delhi (1956)	-Pesquisas arqueológicas -Educação patrimonial	-Recomenda a organização de circuitos turísticos para educar o público;
Carta de Veneza (1964)	-Ampliação do conceito de patrimônio para além do edifício isolado, considerando a relação entre o monumento histórico e a sua ambiência -Patrimônio é considerado documento -O IPHAN passa por uma transição (1967-1979) e também passa a considerar conjuntos antigos como objeto de tombamento.	-Não menciona; -Há menção no relatório de Michel Parent (Missões da UNESCO no Brasil, 1968), que sugere a exploração turística dos conjuntos antigos, criação de um museu nacional do café, aproveitamento de conjuntos arquitetônicos como meios de hospedagem e criação de rotas e roteiros turísticos.
Normas de Quito (1967)	-Utilização do patrimônio como instrumento de desenvolvimento econômico por meio do turismo -Deixa de considerar a iniciativa privada como obstáculo	-Turismo cultural como instrumento para o desenvolvimento econômico -Cita apenas o lado positivo do turismo, desconsiderando seus aspectos negativos
Compromisso de Brasília (1970)	-Proposta de estadualização e municipalização das políticas patrimoniais brasileiras -Formação de mão-de-obra especializada em restauro e conservação -Educação patrimonial -Criação do Ministério da Cultura	-Não menciona -Porém, a partir deste compromisso foi criado o Programa de Reconstrução das Cidades Históricas (PCI) do Nordeste, tendo sido utilizado para fins turísticos.
Compromisso de Salvador (1971)	-Proteção de conjuntos paisagísticos, arquitetônicos e urbanísticos -Patrimônio como instrumento de desenvolvimento econômico por meio do turismo	-Fomento ao turismo/considerava seu potencial para geração de emprego e renda -Ocorreu a formulação e implantação do PCI com investimentos de proteção patrimonial e fomento do turismo entre as décadas de 1970 e 1990, porém com resultados irrisórios
Convenção da Unesco, Paris (1972)	-Criação da categoria de patrimônio mundial	-Creditado ao rápido desenvolvimento urbano e turístico, foi citada a 'Lista do Patrimônio Mundial em Perigo'
Resolução de São Domingos (1974)	-Conservação e Restauração do Patrimônio Monumental dos Períodos Colonial e Republicano	-Não apresenta críticas ou advertências sobre as limitações do turismo como instrumento de preservação patrimonial.
	-Especulação imobiliária que contribui para a segregação socioespacial de residentes locais	-Evitar que a ocupação de utilização de conjuntos antigos tenham apenas uma função, como o turismo

Declaração de Amsterdã (1975)	-Propõe a conservação integrada: mescla das técnicas de restauro e conservação com a pesquisa de usos adequados para o conjunto antigo	
Conferência Geral da UNESCO , Nairóbi (1976)	-Contra o predomínio de interesses imobiliários e turísticos -Promoção a revitalização de conjuntos e sítios urbanos sob a perspectiva social e econômica.	-Crítica ao tratamento museológico dado a cidades e conjuntos antigos "mumificado" com objetivos turísticos
Declaração de Tlaxcala (1982)	-Crítica à globalização e à crescente <i>commodification</i> de elementos culturais, muitas vezes voltado ao mercado turístico	-Crítica ao patrimônio cultural comoditizado para servir ao mercado turístico
Declaração do México (1985)	-Políticas patrimoniais que relacionem desenvolvimento econômico, participação da população local (superando a educação patrimonial) e patrimônio cultural imaterial.	-Cultura e patrimônio antes vistos apenas como instrumento de crescimento econômico por meio do turismo passam a ser considerados como mecanismos para satisfazer as aspirações espirituais e culturais, não apenas econômicas da população.
Carta de Petrópolis (1987)	-Define Sítio Histórico Urbano -Gestão democrática com a participação dos residentes	-Na tentativa de transformação de bairros históricos para uso turístico, residentes locais em Salvador foram expulsos
Carta de Fortaleza (1997)	-Ações necessárias para a salvaguarda do patrimônio imaterial	-Não menciona
Conferência Geral da UNESCO, Paris (2003)	-Globalização como ameaça ao patrimônio cultural imaterial	-Não menciona
ICOMOS, México (1999,2002)	-Cooperação entre a preservação patrimonial e o fomento do turismo -Conscientização patrimonial, garantir proveitosa experiência de visita ao bem ou manifestação cultural, envolver a comunidade local, promover programas responsáveis	-A conservação material do patrimônio cultural não é condição suficiente para o fomento do turismo cultural. Aponta a necessidade de interpretação do patrimônio por turistas e residentes locais. Estes últimos precisam se envolver e tem o direito de dizer não ao turismo.

Fonte: Elaborado por Welter (2021) baseado em Köhler (2019).

Vê-se que o conceito de patrimônio cultural foi se alterando com o passar do tempo, ora considerando-se primeiramente os grandes edifícios arquitetônicos (Carta

de Atenas de 1931), a preservação de edifícios isolados (Carta de Atenas de 1933), até considerar a preservação de conjuntos arquitetônicos, urbanísticos ou paisagísticos e sua ambiência (Carta de Veneza de 1964). Em 1967, com as Normas de Quito, o patrimônio é visto como um instrumento de desenvolvimento turístico, e em 1976 na Conferência da UNESCO fica evidente a necessidade de frear o predomínio de interesses imobiliários e turísticos, devendo os conjuntos e sítios urbanos serem revitalizados considerando a perspectiva não apenas econômica, mas igualmente, social. Mas, é em 1985 na Declaração do México que fica evidente que as políticas patrimoniais deveriam relacionar o desenvolvimento econômico com a participação da população local, superando a educação patrimonial, para que os indivíduos pudessem ser ativos na tomada de decisões relacionada à vida cultural. Outro marco deste período foi a equiparação das definições de patrimônio cultural material e imaterial, considerado como cultura também tudo aquilo que expressa a criatividade de um povo: monumentos históricos, as obras de artes, arquivos, os lugares, mas igualmente, a língua, as crenças, a arte, a cultura, os ritos, as crenças, etc. Ou seja, seus saberes e fazeres.

No Brasil a ampliação do conceito de patrimônio cultural se deu principalmente com a Constituição de 1988⁶², passando a considerar como patrimônio os “bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira” (CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL, 1988).

Na Convenção da UNESCO para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial realizada em Paris em 2003, define-se o patrimônio cultural imaterial como:

as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. O Patrimônio Imaterial é transmitido de geração em geração e constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana (UNESCO, 2006).

⁶² Os artigos 215 e 216 da Constituição dispõem sobre a defesa do patrimônio cultural brasileiro por todos os cidadãos.

No quadro 6 fica evidente, igualmente, as mudanças sobre o pensamento acerca do papel do turismo relacionado à preservação do patrimônio cultural, ora considerado como salvador, capaz de desencadear o crescimento econômico, passando pela consciência da mumificação dos espaços para uso turístico, até chegar à conclusão da importância do envolvimento da comunidade, para além da educação patrimonial, e que a conservação do patrimônio não é garantia de desenvolvimento do Turismo Cultural.

Esta passagem não se deu de forma orgânica, houve disputas, pois como bem coloca Prats, “sem poder não existe patrimônio” (PRATS, 1998, p. 9).

Em concordância, Canclini (1999) ressalta que apesar de o patrimônio servir para unificar uma nação, as desigualdades em sua formulação e apropriação exigem estudá-lo como um espaço de luta material e simbólica entre as classes, as etnias e os grupos, e exemplifica que nas comunidades arcaicas o acesso ao capital cultural era comum e na atualidade as classes dominantes se apropriam de forma privilegiada do patrimônio comum:

En la actualidad, las diferencias regionales o sectoriales, originadas por la heterogeneidad de experiencias y la división técnica y social del trabajo, son utilizadas por las clases hegemónicas para obtener una apropiación privilegiada del patrimonio común. Se consagran como superiores ciertos barrios, objetos y saberes porque fueron generados por los grupos dominantes, o porque éstos cuentan con la información y formación necesarias para comprenderlos y apreciarlos, es decir, para controlarlos mejor. El patrimonio cultural sirve, así, como recurso para reproducir las diferencias entre los grupos sociales y la hegemonía de quienes logran un acceso preferente a la producción y distribución de los bienes (CANCLINI, 1999, p. 18).

Reflete-se que o acesso ao patrimônio deveria ser uma busca constante para que este fosse contemplado pela comunidade local em sua totalidade, pois é a partir dos usos dados ao patrimônio, seja pela comunidade local ou turistas, que estes são constantemente recriados. E a interação da comunidade com a sua história gera sentimento de identidade e continuidade que contribui para a promoção da diversidade cultural (PORTAL IPHAN, 2018), o que impele a crer que são as pessoas - o ser humano - por meio do uso, os responsáveis por criar, recriar e modificar os patrimônios. Sem a ação humana, esvazia-se o conceito de patrimônio.

Assim como em outros lugares do mundo, no Brasil há um processo de patrimonialização do patrimônio, que igualmente envolve relações de poder. Quando

há a intenção de patrimonializar um bem material ou imaterial é necessário fazer o registro junto ao IPHAN, que por sua vez, realiza uma pesquisa histórica e um trabalho de campo para respaldar o processo de registro e em caso de aprovação, o bem é inscrito nos Livros do Tombo⁶³ no caso de bens materiais ou nos Livros de Registro⁶⁴ no caso de bens imateriais, instituído por meio do Decreto nº 3.551 de 4 de agosto de 2000.

Segundo o IPHAN (2021) até 2018 foram registrados 47 bens imateriais pelos estados brasileiros e o Distrito Federal. Estes estão representados no portal de acordo com as cinco regiões do país, sendo que a Roda de Capoeira (inscrita no Livro de Registro das Formas de Expressão em 2008) e o Ofício dos Mestres de Capoeira (inscrita no Livro de Registro dos Saberes em 2008) têm abrangência nacional e estão presentes em todo o país.

No quadro 7 é possível observar alguns exemplos de bens imateriais e suas datas de inscrição registrados dos Livros de Registro pelo IPHAN até 2018:

Quadro 7 - Saberes e Fazeres - Livros de Registro IPHAN

Bem Cultural	Livro de Registro	Data
Ofício das Panelleiras de Goiabeiras (ES)	Saberes	20/12/2002
Samba de Roda do Recôncavo Baiano (BA)	Formas de Expressão	05/10/2004
Círio de Nossa Senhora de Nazaré (PA)	Celebrações	05/10/2004
Ofício das Baianas de Acarajé (ES, MG, RJ, SP, CE, AL, BA, MA, PB, PE, PI, RN, SE, DF, GO, MT, MS, AC, AP, AM, PA, RO, RR, TO, PR, RS, SC)	Saberes	14/01/2005
Modo de Fazer Viola de Cocho (MT)	Saberes	14/01/2005
Jongo no Sudeste (SP, RJ, ES, MG)	Formas de Expressão	15/12/2005

⁶³ Livro do Tombo das Belas Artes, o Livro do Tombo Histórico, o Livro do Tombo das Artes Aplicadas e o Livro do Tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico. No Paraná existem 12 edifícios tombados em várias cidades, duas coleções museológicas e os Centros Históricos da Lapa, Paranaguá e Antonina. Outro exemplo é a Fortaleza de Nossa Senhora dos Prazeres, localizada na Ilha do Mel (PORTAL IPHAN, 2021).

⁶⁴ Livro dos Saberes - conhecimentos e modo de fazer de uma comunidade, como o modo artesanal de fazer o queijo minas; Livro de Celebrações - rituais ou festas de convivência coletiva, como o Bumba meu Boi do Maranhão; Livro de Formas de Expressão - performances culturais de grupos sociais, como danças, manifestações literárias, plásticas, cênicas, como o frevo; e Livro de Lugares - mercados, santuários, feiras e praças, como a Feira de Caruaru (PORTAL IPHAN, 2021).

Cachoeira de Iauaretê - Lugar Sagrado dos povos indígenas dos Rios Uaupés e Papuri (AM)	Lugares	10/08/2006
Matrizes do Samba no Rio de Janeiro: Partido Alto, Samba de Terreiro e Samba-Enredo (RJ)	Formas de Expressão	20/11/2007
Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas, nas Regiões do Serro e das Serras da Canastra e do Salitre (MG)	Saberes	13/06/2008
Modos de Fazer Renda Irlandesa (SE)	Saberes	28/01/2009
Festa de Sant'Ana de Caicó (RN)	Celebrações	10/12/2010
Festa do Divino Espírito Santo de Pirenópolis (GO)	Celebrações	13/05/2010
Ritual Yaokwa do Povo Indígena Enawene Nawe (MT)	Celebrações	05/11/2010
Saberes e Práticas Associados aos Modos de Fazer Bonecas Karajá (GO, MT, TO, PA)	Saberes	25/01/2012
Rtixòkò: Expressão Artística e Cosmológica do Povo Karajá (PA, TO)	Formas de Expressão	25/01/2012
Fandango Caiçara (SP, PR)	Formas de Expressão	29/11/2012
Festa do Divino Espírito Santo da Cidade de Paraty/RJ	Celebrações	03/04/2013
Teatro de Bonecos Popular do Nordeste (SE, DF)	Formas de Expressão	04/03/2015
Tava, Lugar de Referência para o Povo Guarani (RS)	Lugares	03/12/2014
Romaria de Carros de Bois da Festa do Divino Pai Eterno de Trindade (GO)	Celebrações	15/09/2016
Tradições Doceiras da Região de Pelotas e Antiga Pelotas (RS)	Saberes	15/05/2017
Literatura de Cordel (SP, BA, AL, CE, MA, PB, PE, PI, RN, SE, DF)	Formas de Expressão	19/09/2018
Sistema Agrícola Tradicional de Comunidades Quilombolas do Vale do Ribeira (SP)	Saberes	20/09/2018
Procissão do Senhor Jesus dos Passos de Florianópolis (SC)	Celebrações	20/09/2018

Fonte: Welter (2021) baseado em (IPHAN, 2021).

Como pode ser observado no quadro 7, o primeiro bem imaterial registrado nos Livros de Registros do IPHAN é de 2002 (Ofício das Paneleiras de Goiabeiras-ES), mais de meio século após o primeiro registro de bem material (1938), conforme já apontado, o que evidencia que de certo modo, os saberes e fazeres das comunidades locais no Brasil – as bordas não eram consideradas - estiveram excluídas das políticas

patrimoniais e, conseqüentemente das políticas públicas de turismo, o que impele a refletir que a patrimonialização de bens materiais ou imateriais como representativo de determinada cultura de determinado grupo envolve um processo de seleção e relações de poder, podendo os bens considerados patrimônio de um povo não ser aqueles que realmente os referenciam.

Canclini (1999) mais uma vez auxilia no entendimento de que este processo é atravessado pelo privilégio de classe, uma vez que os setores dominantes além de escolherem quais bens são superiores e merecedores de conservação, dispõem dos meios: econômico, intelectual, tempo e ócio para conferir maior qualidade e refinamento aos bens que desejam que sejam conservados. De outro lado, entre as classes populares encontra-se, às vezes, "una extraordinaria imaginación para construir casas con desechos en una colonia marginada, para usar las habilidades manuales logradas en su trabajo e dar soluciones técnicas apropiadas a su estilo de vida" (CANCLINI, 1999, p. 18).

Assim, a seleção de quais monumentos, manifestações ou saberes existentes em uma comunidade são notórios a ponto de converter-se em representativos de sua cultura, que é o significado da ativação patrimonial (PRATS, 1998) possui um recorte de classe. É certo que não seria possível escolher todos os edifícios ou todas as manifestações populares como patrimônio cultural, todavia, verifica-se que este processo é marcado em grande parte, pela exclusão de elementos representativos da cultura das classes populares.

Vê-se exclusão, e novamente, disputas. A seleção acima citada também significa escolher quais memórias serão apontadas como representativas e perpetuadas, inclusive a partir do turismo, em detrimento das que são apagadas.

A partir de Pollak (1992) que cita as análises sobre memória coletiva de Halbwachs (1968) apreende-se que a memória é aquilo que nos constitui e tem sido utilizada para produzir consenso. Não pode ser resgatada, mas acionada a partir de experiências vividas no presente, por meio de gatilhos quando estamos em contato com diferentes lugares de memória, como o patrimônio arquitetônico, paisagens, datas comemorativas e personagens históricos, tradições e costumes, regras de interação, folclore, música, tradições culinárias, etc. Estes lugares de memória estruturam a memória coletiva a qual determinado grupo pertence, definindo o que é comum a este grupo e o que o diferencia dos outros, como a língua e símbolos, por exemplo. Esta memória coletiva fundamenta e reforça a coesão social e os

sentimentos de pertencimento e as fronteiras socioculturais, marcando o que define o eu e o outro, sendo a memória nacional o exemplo mais completo de uma memória coletiva.

Em contrapartida, Pollak (1992) cita que a abordagem da história oral permite privilegiar a análise dos excluídos, dos marginalizados e das minorias, podendo fazer emergir as culturas minoritárias e dominadas, opostas à “memória oficial” por meio de memórias subterrâneas, sendo uma regra metodológica que reabilita a periferia e a marginalidade. Ou seja, é possível outros caminhos que não a seleção apenas da memória dominante, no caso da memória nacional.

Além do recorte de classe, nas últimas décadas, o patrimônio cultural tem sido “chamado” a cumprir funções diversas como instrumento de desenvolvimento econômico, regeneração urbana e, em inúmeros casos, do fomento ao Turismo Cultural (KÖHLER, 2019). Esta última pode ser uma via de inclusão das demandas das classes populares quando se investiga a história e memória de uma localidade.

Trilhar este caminho pode desencadear interferências positivas e negativas. Dentre os pontos positivos, segundo Boissevain (1996) citado por Pérez (2009) estão o desenvolvimento e a renovação de identidades culturais, a redescoberta das tradições, a autoconsciência local em relação aos turistas, a renovação do sentido identitário, a proteção das “*back regions*” e o desenvolvimento econômico de regiões em crise. Dentre os aspectos negativos, Greenwood (1992) e Patin (1999) igualmente citado por Pérez (2009) salientam a mercadorização e espetacularização da cultura, massificação, banalidade e superficialidade.

Prats (2003) destaca a complementaridade entre turismo e patrimônio:

El turismo puede representar para el patrimonio ingresos, vitalidad relevancia política, pero no a costa de un mercantilismo abusivo y mal entendido que, en lugar o además de centrarse en el merchandising, que es su ubicación natural, produzca una trivialización (a veces esperpéntica) de los discursos, contraproducente a largo plazo incluso para el propio interés turístico. El patrimonio puede ocupar lugares muy diversos en y respecto a los productos turísticos (desde motivo de compra principal hasta mero escenario, pasando por todo tipo de valores añadidos, tangibles o intangibles), puede servir para enriquecer la oferta, crear imagen, reorientar el posicionamiento, desestacionalizar si interesa. (PRATS, 2003, p. 135).

Para tanto, o turismo precisa ser planejado de forma a potencializar os efeitos positivos e mitigar os efeitos negativos, pois pensar o patrimônio cultural relacionado ao turismo envolve muitas contradições.

Canclini (1999) ao afirmar que o patrimônio é um espaço de disputa econômica, política e simbólica, ressalta que este é atravessado pela ação de três tipos de agentes: o setor privado, o Estado e os movimentos sociais.

O setor privado orienta-se pela necessidade de acumulação econômica e reprodução da força de trabalho e dentre as contradições estariam a expansão desmedida da especulação imobiliária e do transporte privado, degradação do meio natural e urbano, tendo um poder maior de destruição quando não existem programas públicos que definam o sentido do patrimônio para toda a sociedade ou regulem o desenvolvimento econômico em consonância com o interesse geral da população. De outro lado, alguns grupos do setor privado apreciam o valor simbólico fomentado pelo valor econômico, como o exemplo de empresas turísticas que conservam o sentido escenográfico de edifícios históricos, mesmo tendo feito mudanças arquitetônicas para fins lucrativos (CANCLINI, 1999).

Outro ponto levantado por Canclini (1999) é a ambiguidade da mercantilização das culturas populares tradicionais, pois, de um lado verifica-se a degradação ou alteração (CANCLINI, 2009) de componentes simbólicos tradicionais da cultura de povos que passam a receber turistas, de outro, pode ocorrer a incorporação do artesanato ao mercado urbano e turístico possibilitando que indígenas e camponeses permaneçam em suas comunidades e reativem suas tradições e produtos culturais.

Santos (2017) ressalta o caráter polissêmico a respeito da mercantilização de culturas tradicionais ao analisar a região Trinacional do Iguaçu, fronteira em que está localizada Foz do Iguaçu. Segundo o autor, esta região foi se modernizando com o tempo para atender à demanda turística, e para tal, empreendeu uma busca à uma cultura global de elementos tradicionais e culturais guaranis, que incorreu na reinvenção de símbolos e signos da tríplice fronteira sobre a cultura referencial indígena. O autor destaca que no referido caso na multiculturalidade, a polissemia assente que apropriações e até mesmo distorções ocorram em razão do posicionamento social de seus atores. Assim, “um artefato é atribuído a sujeitos que dele não tem conhecimento” (SANTOS, 2017, p.76)

Em relação à alteração, Canclini (2009) cita que a produção de um elemento de sua cultura de forma diferente para atender o mercado turístico trata-se de um processo de ressignificação. Quando são dados novos usos por um artesanato produzido e comercializado por um camponês ou indígena por um turista, como uma panela utilizada como um objeto de decoração, não significa que o objeto se

transformou, apenas mudou de significado, pois se inseriu em novas relações sociais e simbólicas, inclusive tendo seu uso aprovado certas vezes pelo próprio produtor do artesanato, que precisa comercializar seu objeto como forma de sustento e altera o formato da peça para a comercialização.

Em relação ao Estado, Canclini (1999) ressalta que este tem uma relação ambivalente com o patrimônio, uma vez que o atribui valor e o promove como elemento integrador de nacionalidade, mas igualmente tende a converter as realidades locais em abstrações político-culturais em que se diluem as particularidades e os conflitos. Faz-se necessário, igualmente, que sejam desenvolvidas políticas culturais combinadas com transformações socioeconômicas para melhorar as condições de vida dos envolvidos com o patrimônio, como no exemplo acima em relação aos camponeses.

O último agente citado por Canclini (1999) são os movimentos sociais, que historicamente têm concentrado os esforços em pautas relacionadas à sua própria sobrevivência, mas que lentamente têm despertado sobre o tema do patrimônio. O autor pontua três características observadas a partir dessa mudança: 1) o patrimônio ambiental, natural e urbano não tem sido visto como responsabilidade exclusiva do governo; 2) compreensão de que sem mobilização social acerca do patrimônio são menores as chances do governo vincular as políticas com as necessidades cotidianas da população; e 3) a efetiva preservação do patrimônio inclui sua apropriação coletiva e democrática de forma que todas as classes possam compartilhar o patrimônio e encontrar nele significado.

Fica evidente o papel da iniciativa privada, do Estado e da comunidade, exemplificada por meio dos movimentos sociais, em que esta seja envolvida e tome consciência do seu papel e possa participar de forma democrática nas políticas patrimoniais ou do turismo cultural conforme reflexões realizadas neste estudo.

É premente evitar o erro de focar apenas na diversificação de produtos turísticos culturais, em que se cria um vasto menu de apresentação para o turista, mas sem o envolvimento da comunidade, onde sua história e memória são negligenciadas ou apagadas, ou quando esta é envolvida participe de um processo de folclorização e mumificação da sua história, esvaziado de sentido. Há que se lembrar que “o turismo cultural nem sempre significa aprendizagem e educação intercultural” (PÉREZ, 2009, p. 112).

Meneses (1996) apresenta quatro proposições para o entendimento da cultura relacionado com o turismo que são elucidativos para que o planejamento do turismo possa potencializar os efeitos positivos do desenvolvimento da atividade turística em uma determinada localidade.

O primeiro deles defende que a cultura é o universo da escolha, uma vez que diferente do comportamento dos outros animais, o comportamento humano não resulta de uma articulação automática, mas sim de escolhas que são mediadas pela cultura. Esta reflexão está em sintonia com o conceito de Geertz (1989) já explorado nesta seção, em relação à orientação social do ser humano baseado em seus gabaritos culturais. Todavia, chama a atenção a proposição de Meneses (1996) quando ressalta a necessidade de o turismo respeitar o direito à diferença, podendo esta ser fonte fecunda de renovação, evitando assim a homogeneização exigida pelo mercado.

Diversas reflexões podem ser desencadeadas a partir desta proposição. Do ponto de vista da demanda pode-se citar o turismo massificado, em que multidões de turistas aglomeram-se nos atrativos turísticos mais badalados em busca de uma *selfie*, resultando, muitas vezes, na reprodução de um comportamento esvaziado de sentido, sem experiências mais próximas da realidade local, apenas caricatural, definido como *voyeurismo* cultural, baseado no consumo da mera contemplação (MENESES, 1996). O autor cita ainda o estudioso do *public culture*, Donald Horne, que observa que nas visitas guiadas o mais importante é o discurso contado aos turistas acerca do que estão vendo, em detrimento do que eles seriam capazes de ver (interpretar) por si próprios.

Do ponto de vista da oferta, problematiza-se a falta do olhar para o humano, para além do olhar segmentado para adaptar produtos turísticos para cada público-alvo específico, mas um olhar ampliado para o morador local que tem suas demandas, e para o turista que poderia ter experiências mais ricas e transformar-se em um turista mais crítico, em oposição ao comportamento massivo/contemplativo, que por sua vez, pode instigá-lo a procurar experiências semelhantes (mais ricas) em destinos futuros visitados. Estas experiências enriquecedoras seriam pautadas na disponibilidade de contato com a história, a memória local e os saberes e fazeres locais, diferentemente de experiências robotizadas, estandardizadas em que impera a condescendência e o encantamento de mercado para que este possa bem avaliar o destino turístico.

A segunda proposição refere-se ao universo da cultura imbricado em relações de poder, tendo o conflito como sua força motriz. Pretender que a cultura tenha funções de harmonização e integração social é uma forma de agir segundo interesses hegemônicos (MENESES, 1996). Apreende-se que o conflito e as relações de poder existirão e não devem ser eliminados. Porém, é indispensável, segundo o autor, formular políticas e estratégias de atuação, citando o tombamento como forma institucional de indicação de valor.

O valor cultural produzido no jogo concreto das relações sociais é a terceira proposição. O valor atribuído a um bem cultural ou imaterial é historicamente construído, opera historicamente e está em constante transformação (MENESES, 1986). O autor ressalta que para que o patrimônio cultural seja identificado e compreendido é necessário antes conhecer os circuitos de produção e consumo de sentido e valor em determinada sociedade, lembrando que “o eixo da compreensão terá que estar, não nas coisas, mas nas relações da sociedade com as coisas e, mais ainda, dos homens entre si, na sociedade” (MENESES, 1996, p. 94). E finaliza que é indispensável desfetichizar o campo da cultura.

Para ficar mais claro, recorre-se a Canclini (1999) que ao ressaltar que diante dos conflitos que as transformações sociais representam para o patrimônio cultural é necessário levar em consideração que a preservação dos bens culturais nunca pode ser mais importante do que as pessoas que necessitam dele para viver, e exemplifica que a recuperação de um centro histórico não deve ser mais importante que as necessidades habitacionais e simbólicas de seus habitantes.

A consideração dos saberes e fazeres locais pelo planejamento turístico pode ser uma forma de desfetichizar o campo da cultura, centralizando o portador do saber, da cultura e da memória em detrimento de um bem ou manifestação em si, ficando evidente que um objeto ou uma manifestação é um instrumento em que o modo de viver de um grupo ou de uma sociedade se expressam e não são o fim em si mesmo, pois carregam estratégias de sobrevivência, embates cotidianos e principalmente contam seu modo de viver, de se organizar no passado e no presente.

A quarta e última proposição diz respeito às políticas culturais, que devem englobar a experiência social em sua totalidade (incluindo a periferia) e não somente segmentos privilegiados (centro). “Privilegiar o centro é se descompromissar com o que não é central. É hierarquizar os espaços da vida social e qualificá-los de forma discriminatória” (MENESES, 1996, p. 94). O autor cita o exemplo da “musealização”

da cidade e de centros históricos em detrimento da “culturalização” de todo o espaço urbano e finaliza ressaltando a importância de as políticas culturais não serem discutidas apenas relacionadas ao patrimônio cultural, folclore, culinária, artesanato, etc., mas definir qual a dimensão cultural nas políticas de habitação, saúde, transportes, etc.

Fica evidente mais uma vez a necessidade do planejamento turístico integrado com todas as esferas, além de evitar o desenvolvimento turístico em forma de guetos, por meio dos corredores turísticos ou zonas turísticas, tendo em mente o que já se refletiu nessa tese, apontado por Barreto (2005) quando ressaltou que se não houver políticas socioeconômicas, culturais e ambientais integradas ao planejamento turístico, este fica limitado.

Como geógrafo, Meneses (1996) se isenta da responsabilidade de apontar soluções para o desenvolvimento do turismo e expõe questões que deveriam ser respondidas por especialistas em turismo: Como evitar que uma cidade como bem cultural seja boa enquanto cenário para a fruição cultural de seus proprietários que têm seus imóveis mais carregados de valores e não é boa para viver para o morador? Como evitar que o turismo crie alucinações culturais, em que as pessoas surgem apenas para atender a solicitações externas de consumo? Como conceber círculos concêntricos que caibam todos? Como fazer com que o selo de patrimônio da humanidade funcione como patrimônio local, municipal, regional? Como ultrapassar a fruição *voyeurística*, da espetacularização da cultura? Como equilibrar o turismo que tende à massificação respeitando os ritmos pessoais dos indivíduos? Como não hierarquizar as culturas ou classificar as diferenças como exóticas ou pitorescas? Como desfetichizar no turismo o universo cultural que tende à estereotipização?

Alguns caminhos já foram apontados até então, todavia, ressaltam-se algumas orientações dispostas no documento “Manual de Orientações para Implementação de Boas e Melhores Práticas em Turismo - Vivências Brasil Aprendendo com o Turismo Nacional” elaborado pelo Ministério do Turismo em 2006⁶⁵ que apresenta

⁶⁵ O documento foi elaborado em parceria com o SEBRAE, Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (BRAZTOA). As orientações são resultado de um estudo de benchmarking realizado após viagens técnicas que teve as etapas de observação, assimilação, comparação, adequação e implementação, sendo apresentadas em formato de orientações com informações técnicas do turismo e de gestão de negócios que pudessem incentivar inovações e melhorias contínuas para empresas turísticas.

melhores práticas em diversos aspectos da gestão do turismo, juntamente com a cidade ou região brasileira que se destacou:

- Interpretação Patrimonial: informações e representações que comunicam o significado e a relevância histórica, artística e simbólica dos locais, adicionando valor à experiência dos visitantes. Ex: Empreendimentos viagem técnica Estrada Real/MG.
- Gastronomia local como atração turística: valorização da cultura local com criatividade e praticidade, promovendo a interação do turista com a comunidade. Ex: Empreendimentos viagem técnica Estrada Real/MG.
- Produtos culturais de artes cênicas como atrativos turísticos: apresentação de técnicas e habilidades de artistas locais com foco na valorização da cultural local e na promoção de atividades educativas. Ex: Empreendimentos viagem técnica Estrada Real/MG.
- Histórias e tradições como diferencial: novas leituras e interpretações da história e das tradições locais para apresentação em formato de produto turístico. Ex: Empreendimentos viagem técnica Estrada Real/MG.
- Vivência da rotina da comunidade local pelos turistas: conhecimento da história do local, criando uma identidade familiar pelos empreendimentos locais. Ex: Empreendimentos viagem técnica Vale do Café/RJ.
- Promoção de sustentabilidade socioeconômica: aquisição de produtos de produtores locais por meios de hospedagem. Ex: Empreendimentos viagem técnica Costa dos Corais/AL.
- Inclusão social da comunidade: acesso gratuito aos atrativos locais pela comunidade enfatizando os valores de preservação ambiental. Ex: Empreendimentos viagem técnica Bonito/MS.
- Integração da comunidade: a comunidade trabalha em parceria, resultando na melhoria da qualidade de vida e na diversificação do produto turístico. Ex: Empreendimentos viagem técnica Vale do Café/RJ.
- Criação de grupos folclóricos: parcerias locais que auxiliam na preservação da cultura e da identidade local. Ex: Empreendimentos viagem técnica Roteiro Integrado Ceará-Piauí-Maranhão.

- Criação de produtos com a participação da comunidade: valorização dos saberes e fazeres da comunidade. Ex: Empreendimentos viagem técnica Estrada Real/MG.
- Criação de pousadas domiciliares: adaptação do domicílio dos moradores locais para hospedagem de turistas que ao compartilharem os mesmos espaços de uso comum do uso autóctone promove renda alternativa para os moradores e o turista se sente integrante da família que o hospeda.

O documento apresenta, ainda, dicas importantes para a implementação de boas e melhores práticas no que diz respeito ao envolvimento da comunidade: a) dar preferência para a contratação de mão-de-obra local; b) divulgar os serviços prestados pela empresa para que a comunidade reconheça a empresa como referencial; c) tomar ciência das necessidades da comunidade e verificar como a empresa pode apoiá-la; d) evidenciar para a comunidade a relevância da empresa no desenvolvimento local; e) preservar a identidade local e usá-la para valorizar o negócio; f) incentivar e estabelecer maneiras de preservação do patrimônio cultural e natural que tenha interface com o negócio; g) praticar o associativismo reunindo profissionais da área, colaboradores e a comunidade para discutir questões de interesses comuns.

Além dessas melhores práticas, a produção associada ao turismo apresenta-se como outro caminho possível, uma vez que seu conceito considera a identificação de segmentos econômicos que propiciem a ampliação e a diversificação da oferta turística (MTUR, 2011). Assim, qualquer produto artesanal, industrial ou agropecuário que possua atributos naturais e/ou culturais de uma localidade ou região que possa agregar valor ao produto turístico pode ser desenvolvido e aprimorado para ser associado ao turismo, podendo colaborar para gerar uma oferta diferenciada, dinamizando a cultura local, com “efeitos diretos no aumento da autoestima dos grupos responsáveis por essa produção” (MTUR, 2011, p. 13).

É possível verificar com estes exemplos e as discussões já realizadas, a relevância da gestão participativa, em que o termo ‘comunidade’ deve envolver de fato todos os moradores locais desde o início do processo. Neste envolvimento deve se considerar o incentivo à auto independência e à criatividade para que a comunidade possa se posicionar criticamente acerca do desenvolvimento ou não do turismo; e em caso de optar por seu desenvolvimento apontar em que bases este

desenvolvimento se dará, atendendo suas demandas, contribuindo para o reforço da sua identidade sociocultural (MAX-NEEF, 1986).

A partir do momento em que bens são patrimonializados, estes podem ser consumidos por meio do turismo, não havendo pecado nesta afirmação, uma vez que o patrimônio é fluído, se transforma, e pode ser usado pelo turismo, sendo inclusive um vetor de desenvolvimento para as comunidades. Para isto, o seu desenvolvimento deve ser feito com envolvimento real da comunidade, para que o turismo não seja utilizado apenas como discurso, proferido para que uma comunidade aceite ser segregada para a periferia, dando lugar a empreendimentos imobiliários de luxo em locais privilegiados como ocorreu a partir da década de 1990 em diversos destinos no nordeste brasileiro.

Acredita-se ser possível desenvolver o turismo de forma democrática e descentralizada, sem negação de que o campo das relações sociais envolve disputas e relações de poder, mas com articulações solidárias, considerando a riqueza dos saberes e fazeres locais, evidenciando o tipo de turismo e principalmente o tipo de sociedade que queremos, pois como salienta Meneses:

no turismo, como em outras faixas da cultura, o que está em pauta, em última análise, não são os bens, sentidos e valores. São relações entre os homens. O tipo de turismo que propusermos e praticarmos dependerá do tipo de relações que julgamos aceitáveis e desejáveis entre os homens, isto é, do modelo de sociedade pela qual optarmos (MENESES, 1996, p. 99).

Assim, conclui-se que o turismo não é maldição, nem bênção. É uma atividade como outra - fruto do sistema capitalista vigente, e que para não ser um instrumento que acelera a destruição ou o apagamento dos recursos naturais ou culturais precisa superar os levantamentos estatísticos, fazendo uma autocrítica de qual modelo de desenvolvimento turístico e sociedade queremos e isso só se dá a partir do protagonismo real não só do centro, mas ouvindo e envolvendo, igualmente as bordas.

CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS MUNICIPAIS DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU (1968-2019)

Este capítulo aborda os resultados obtidos após a análise da pesquisa. Recorda-se que foram analisados 16 documentos, representados em 14 subitens, com o objetivo de analisar como ocorreram as articulações entre o centro e as bordas do turismo em Foz do Iguaçu, para verificar quais foram as estratégias e relações de poderes ocorridas e em que medida os saberes locais foram incluídos ou excluídos da gestão do turismo municipal.

Desta forma, almeja-se construir uma linha do tempo do turismo a partir do final da década de 1960, data do primeiro documento analisado - Plano Diretor de Desenvolvimento e Turismo de Foz do Iguaçu (1968) durante o Governo Municipal de Ozires Santos⁶⁶, até o Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado Sustentável realizado em 2016, na gestão do prefeito Francisco Lacerda Brasileiro, bem como a Conferência Municipal, de Turismo de 2019 (analisada juntamente com as duas conferências anteriores).

Devido à quantidade de documentos analisados, optou-se por descrever de forma breve os conteúdos dos planos que tratavam de diagnosticar a situação atual de Foz do Iguaçu, a não ser discursos que apresentavam indícios (GINZBURG, 1989) que poderiam responder às perguntas desta tese.

Assim, o foco maior residiu na apresentação e análise das recomendações ou das propostas descritas nos planos que estavam relacionados ao turismo. Esta escolha justifica-se pelo fato de que é a partir das propostas que se pode verificar a quem se destinavam as melhorias propostas e, conseqüentemente, quem ou quais setores foram incluídos ou excluídos do processo de planejamento turístico de Foz do Iguaçu.

Buscou-se, igualmente, conforme ressaltado por Cellard (2008), analisar o contexto em que cada documento foi produzido, os autores que os produziram - seus possíveis interesses e motivações, a lógica geral do texto, suas argumentações, para no decorrer da análise apontar similaridades, discrepâncias ou conexões entre os documentos, com o intuito de responder às perguntas de tese.

⁶⁶ O referido plano cita que este foi realizado no governo Paulo Pimentel, referindo-se ao então governador do Estado do Paraná.

4.1 PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO E TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU (1968)

Este plano foi criado em caráter emergencial com a intenção de ser elaborado um Plano Diretor mais detalhado posteriormente, e teve como principal motivação a então recente constituição da EMBRATUR em 1966, que dentre as atribuições tinha como objetivo fomentar e financiar planos, iniciativas, programas e projetos para desenvolver o turismo no Brasil.

Como discorrido no terceiro capítulo, as políticas públicas de turismo começaram a ser gestadas décadas antes, com o primeiro diploma legal em 1938, mas ainda eram incipientes ao preocuparam-se com apenas alguns fatores do fenômeno turístico que é tão complexo, não havendo neste primeiro momento classificado por Cruz (2002) como a 'Pré-história institucional das políticas públicas de turismo (1938-1966)', o estabelecimento de uma Política Nacional Turismo norteadora para todos os estados e municípios que desejassem desenvolver o turismo.

Com a criação da EMBRATUR, como primeira política pública de turismo, durante a ditadura militar, juntamente com a definição da Política Nacional de Turismo é que este cenário muda, e o turismo é considerado uma mola propulsora econômica, capaz de amenizar os desníveis econômicos setoriais e regionais, equiparado à indústria. Este fato fica evidente logo no 1º. Artigo da Política Nacional de Turismo, em que este setor passa a gozar de benefícios fiscais, assim como a indústria, além da criação de um fundo próprio para fomentar a atividade turística (FUNGETUR).

Repete-se assim, o discurso da Política Nacional de Turismo (1966) no Plano Diretor de Desenvolvimento e Turismo de Foz do Iguaçu (1968) quando ressalta o potencial econômico da atividade turística e o quanto esta atividade pode gerar divisas para Foz do Iguaçu.

Estas afirmações são recorrentes nos planos analisados nesta tese, sendo, inclusive, os argumentos mais comumente utilizados para justificar o investimento em obras de infraestrutura, que posteriormente, aumentariam o fluxo turístico: "a criação de uma infraestrutura de comunicações pelo Governo Federal, aliada a empreendimentos realizados pelo Poder Público Estadual e pela iniciativa privada, permite prever um crescimento acentuado do fluxo de turistas" (PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO E TURISMO FOZ DO IGUAÇU, 1968, p.3).

São apontados neste plano, papéis a serem desempenhados por cada ente envolvido - governo federal, governo estadual e iniciativa privada para contribuir para o crescimento do fluxo turístico, o que novamente possui relação com a criação da EMBRATUR, pois o Art. 13 trata das competências do órgão e que uma das funções é fazer contratos, estudos e convênios com entidades públicas e privadas de interesse da 'indústria' nacional do turismo, mas não cita que as diretrizes envolvendo estes entes seriam integradas, o que rememora o equívoco salientado por Cruz (2002) na definição do Decreto-lei 55/66 que conceitua a Política Nacional de Turismo como todas as iniciativas relacionadas ao turismo originárias do setor público ou privado isoladas ou coordenadas entre si. Destaca-se, igualmente, que estas afirmações são vestígios de que o envolvimento com a comunidade local neste período não é considerado relevante, uma vez que fica evidente que pensar o turismo caberia às entidades públicas e privadas.

Neste plano analisado consta um diagnóstico da situação da época do município, com uma breve descrição de aspectos históricos de Foz do Iguaçu, aspectos geográficos do ambiente físico, descrição dos serviços urbanos, pontuando que havia loteamentos mal planejados, espaços vazios e praças sem tratamento paisagístico e pouca arborização. Sobre a estrutura viária descreve que havia intensa poeira, poucas ruas pavimentadas e as que estavam pavimentadas denotavam um aspecto desagradável devido ao mau estado de conservação.

Como justificativa para a precariedade da infraestrutura é ressaltada a baixa densidade populacional do município (15,8 habitantes/hectare), responsável pela baixa arrecadação pública municipal, que caso fosse maior, poderia ser investida na instalação e melhorias dos equipamentos públicos.

Há descrição, ainda, da infraestrutura de acesso, cobertura de abastecimento de energia elétrica, água e esgoto, sistemas de comunicações, equipamentos de lazer e atrações existentes, equipamentos e serviços turísticos como transporte aéreo e rodoviário, meios de hospedagem etc. Especificamente sobre este último, o documento destaca que dentre os hotéis existentes o único capaz de oferecer hospedagem turística de nível internacional era o Hotel das Cataratas, e caracteriza a maioria dos hotéis como precários:

Foz do Iguaçu pode ser precariamente servida de hotéis, não obstante o seu número, a análise de alguns dados gerais demonstra a insuficiência de forma clara: em 18 hotéis pesquisados - apenas 2 poderiam atender a uma das

exigências impostas pela EMBRATUR para a classificação de "hotéis de turismo", ou seja, a existência de pelo menos 60% de apartamentos dentre as peças destinadas a hospedagem. (PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO E TURISMO FOZ DO IGUAÇU, 1968, p. 18).

Além do critério de classificação imposto pela EMBRATUR, outra justificativa do documento para a precariedade dos meios de hospedagem era que apenas 40% dos hotéis eram edificados em alvenaria e segundo declarações dos proprietários a hospedagem seria para choferes de caminhão, pessoas de baixo rendimento ou representantes comerciais - indícios de hierarquização dos meios de hospedagens *versus* perfil da demanda, em que dependendo do poder aquisitivo da demanda o meio de hospedagem deve possuir estrutura e serviços mais requintados ou não.

A preocupação com a adequação de Foz do Iguaçu como um destino internacional ao referir-se ao Hotel das Cataratas, que poderia atender a este tipo de demanda, repete-se quando o documento menciona a privilegiada localização de Foz do Iguaçu:

A situação fronteiriça de Foz do Iguaçu, com dois países, confere-lhe a condição de repartir com Puerto Franco e Puerto Stroessner, no Paraguai, e com Puerto Iguazu, na Argentina, suas possibilidades de colocar-se como atrativo turístico internacional (PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO E TURISMO FOZ DO IGUAÇU, 1968, p.4).

Vale ressaltar que com a Resolução CNTUR 31, de 10/04/1968, que estabeleceu o Plano de Prioridade de Localização de Hotéis e Turismo fica evidente o incentivo da construção de equipamentos hoteleiros nos mais diversos locais do país em lugares de interesse turístico, como em Parque Nacionais, como é o caso do Hotel das Cataratas, que possivelmente não desfrutou deste incentivo, uma vez que sua construção teve início em 1939 e foi finalizada em 1958.

A partir do diagnóstico realizado, o documento apresenta recomendações para a melhoria da infraestrutura da cidade para que possa ser aumentado o fluxo turístico em Foz do Iguaçu, o que demonstra uma lógica de organização do texto em formato de diagnóstico, seguido de propostas.

Grande parte das propostas são relacionadas à infraestrutura, como melhoria ou construção de rodovias, como a BR-469 que liga o centro da cidade às Cataratas do Iguaçu e melhorias da ligação do bairro Porto Meira com o Marco das Três Fronteiras, com tratamento paisagístico, arborização e iluminação noturna.

Essas propostas são indícios da herança do desenvolvimentismo que preconizava investimentos em infraestrutura e na industrialização para auxiliar no

crescimento econômico e ecoam no Decreto-lei 60.244 de 16 de fevereiro de 1967 que criou a Política e do Sistema Nacional de Turismo, que em seu Artigo 2º relacionaram-se com a conjuntura política do período desenvolvimentista ao citar a necessidade de empenho para que os serviços turísticos tivessem qualidade e bom atendimento. No artigo 3º do mesmo decreto é incumbido ao CNTUR e à EMBRATUR a execução de obras de infraestrutura para o aproveitamento turístico dos recursos naturais do Brasil.

No que diz respeito à ocupação urbana, destacam-se as seguintes recomendações: fixação de um perímetro de ocupação para conter a proliferação de loteamentos para não onerar custos sociais; disciplinar o tráfego urbano e fazer um plano de pavimentação para a valorização de determinadas áreas com potencial turístico; e zoneamento em divisão: industrial, comercial, residencial, cívico, turístico e reserva de áreas verdes.

Estas três recomendações relacionam-se entre si, uma vez que o zoneamento de um município tem como objetivo definir os parâmetros de uso ou de ocupação do solo, inclusive as zonas destinadas ao turismo, conhecidas como zonas de interesse turístico ou os corredores turísticos. Este último é definido pela Lei Municipal nº 2.262 de 25 de novembro de 1999 como as vias em que circulam os fluxos turísticos e conectam as áreas, complexos, atrativos turísticos às portas de entrada do turismo receptivo e os locais emissores do turismo local.

O zoneamento pode ser um paradoxo. De um lado, com o parcelamento do solo pode haver maior planejamento devido à responsabilidade dada à cada Secretaria do município em planejar, ordenar e preservar cada área, como por exemplo o impedimento de construção em áreas verdes ou áreas de proteção ambiental que são de extrema relevância para uma localidade, especialmente para localidades turísticas.

De outro lado, segundo Nery Júnior (2005), o zoneamento tem sido historicamente um importante instrumento político para auxiliar a segregação socioespacial. Este mesmo autor comenta que de acordo com Villaça (1998) grandes cidades brasileiras como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador e Recife apresentam um padrão de estruturação do espaço intra-urbano, em forma de setores de círculo, de forma radial, a partir do centro da cidade, representado pelo domínio (não exclusivo) das camadas de mais alta renda da sociedade devido aos interesses de consumo. Desta forma, a população de menor poder aquisitivo é

“empurrada” para as bordas das cidades, para as periferias, onde o acesso aos serviços públicos é mais escasso.

Assim, nestas três propostas apresentadas no plano encontramos uma dicotomia, em que é recomendado a não proliferação de loteamentos - indícios de que poderia haver cobrança da população para que os serviços públicos fossem disponibilizados nestes espaços. E, de outro lado, há as sugestões de pavimentação de áreas de interesse turístico e zoneamento em divisão que como apresentado por Nery Júnior (2005) pode ser um instrumento de segregação socioespacial.

O plano sugere também a criação do Roteiro das Cataratas de forma integrada, incluindo Paranaguá, Serra do Mar, Vila Velha e o norte do Paraná, Cataratas do Iguaçu e Sete Quedas - indícios do conhecimento de que a criação de roteiros conjuntos possui maior potencial de desenvolvimento de uma região ou neste caso, do estado do Paraná, algo que seria indicado apenas futuramente (2004) com a criação do Programa de Regionalização do Turismo (PRT), a partir da criação do Ministério do Turismo (2003).

Destaca-se no item ‘Educação para o Turismo’, que recorrentemente é indicado nos planos aqui analisados, a qualificação como uma das soluções para o desenvolvimento e consolidação de Foz do Iguaçu como importante destino turístico. Especificamente neste plano analisado, sugere-se que sejam realizados cursos de formação especializada e disciplina no ensino primário e secundário sobre turismo, além de participação efetiva em rádio local para estender os programas de educação para o turismo. Há correspondência desse discurso na esfera federal no Decreto-lei 60.244 de fevereiro de 1967 quando da criação da Política e do Sistema Nacional de Turismo, que cita a necessidade de qualificação profissional para o desenvolvimento do turismo.

Vê-se assim, que a qualificação turística está presente desde o primeiro documento analisado, e reflete-se que a população local, já neste primeiro momento é vista como foco de conscientização, não sendo convidada para atuar de forma efetiva na construção e desenvolvimento do turismo em Foz do Iguaçu.

Por fim, no que diz respeito aos saberes locais, apenas uma proposta se aproximou: ‘Restaurantes com pratos típicos brasileiros’. Apesar de identificar a nacionalidade brasileira dentro de um processo histórico-cultural, estabelecendo uma fronteira entre o Eu e o Outro, uma vez que Foz do Iguaçu localiza-se em um território fronteiriço, esta proposta relaciona-se aos saberes locais, pois a gastronomia é uma

área fecunda para reflexão sobre os saberes e fazeres de um povo, pois intrínseco ao ato de selecionar ingredientes e preparar os alimentos até o ato de comer e socializar estão fatores morais, sociais, culturais, geográficos, históricos e econômicos (STEFANUTTI et al. 2017). Todavia, esta proposta oferece indícios do não envolvimento da comunidade e seus fazeres locais que poderia ser representado pela gastronomia, ao sugerir os pratos “típicos brasileiros”, excluindo a possibilidade do regionalismo que poderia incluir as características e, portanto – os saberes e fazeres locais.

Garcia (1999) ressalta que a gastronomia se relaciona com a identidade regional, posto que a alimentação expressa a cultura de um povo devido aos seus costumes e comportamentos.

O fato é que não houve maior detalhamento sobre esta proposta - indício de que a valorização dos saberes e fazeres locais ainda não era presente no planejamento turístico municipal no final da década de 1960.

4.2 SEMINÁRIO DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU: CRIAÇÃO MUNICIPAL DE TURISMO (1980)

O seminário foi realizado de 28 a 30 de agosto de 1980 no Hotel Bourbon, promovido pela Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu em colaboração com a Secretaria de Estado de Indústria, Comércio e Turismo, Sindicato de Hotéis, Companhia Melhoramentos Cataratas do Iguaçu e Associação Comercial e Industrial de Foz do Iguaçu (ACIFI). Além destas entidades organizadoras, diversas outras entidades públicas e privadas foram convidadas para o seminário, que teve o intuito de debater e apresentar soluções para a consolidação de Foz do Iguaçu como polo turístico. Estes diversos atores representam indícios do início da organização do *trade* turístico de Foz do Iguaçu.

Uma das principais motivações ressaltadas no documento produzido no seminário foi quais caminhos Foz do Iguaçu trilharia após a desmobilização dos trabalhos da Itaipu Binacional⁶⁷, que ocorreria em dois anos (1982), sendo este o contexto ao qual o seminário estava envolvido. O documento frisa que seria um teste para a cidade o término da construção, que havia oportunizado desenvolvimento para

⁶⁷ Conforme discutido no capítulo 1, antes da construção da Usina de Itaipu, Foz do Iguaçu contava com menos de 30 mil habitantes, tendo ultrapassado a marca de 300 mil habitantes na década de 1990, após o término da construção.

Foz do Iguaçu, principalmente devido ao aumento do comércio e da prestação de serviços, uma vez que antes do início da obra (1974) Foz do Iguaçu contava com 219 estabelecimentos e em 1980 tinha ultrapassado 2.042.

O término de Itaipu poderia acarretar diversos problemas sociais como desemprego, sub empreguismo, mendicância, furtos etc. Cita também a perda territorial de Foz do Iguaçu devido à formação do Lago de Itaipu, em que o município perderia 26,77% da sua área (23.570 hectares), comprometendo uma das principais atividades de suporte econômico do município - a agricultura.

Assim, os questionamentos eram diversos: qual seria a destinação dos equipamentos existentes nas vilas residenciais de Itaipu, se haveria capacidade gerencial do poder municipal, frente ao previsível aumento de encargos e diminuição das receitas: "Existem muitos motivos para que todos nós devemos ficar preocupados com o futuro de Foz do Iguaçu. Poderemos ter uma cidade vazia, uma outra Ilha Solteira⁶⁸" (SEMINÁRIO DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU, 1980, s/p).

O documento cita avanços relacionados aos aspectos urbanos, sociais e econômicos, mas que ainda se faziam necessárias outras melhorias para que a população pudesse ter suas necessidades atendidas de forma satisfatória, salientando as incertezas após o término da construção da Usina.

A primeira reflexão frente a esta preocupação é que houve esforços por parte do governo federal, levando em consideração o imperativo desenvolvimentista, em que Itaipu se traduziria em uma das principais obras que colocariam o Brasil em destaque no cenário internacional. A Usina serviu para encerrar disputas geopolíticas com o Paraguai relacionadas à demarcação de fronteiras (CÂMARA LEGISLATIVA, 2020) e, com o aproveitamento energético do caudaloso Rio Paraná, fruto de estudos para a localização em local mais apropriado para aproveitamento do desnível, significou além da monumental obra física - uma potência geradora de energia, considerada a maior usina hidrelétrica em produção de energia do mundo.

Para que fosse alcançado o feito da construção dessa usina de proporções antes jamais realizada no Brasil, outra cidade foi construída no canteiro de obras, que suscitou a migração de pessoas de diversos locais do país, que em Foz do Iguaçu resolveram ficar, contribuíram com suas rendas e Itaipu, de seu lado também

⁶⁸ Em 1971 a população de Ilha Solteira estimada era de 32.000 mil habitantes, tendo diminuído para 18.000 habitantes dois anos mais tarde devido ao término da construção da barragem da Usina de Ilha Solteira. Atualmente conta com 26.000 mil habitantes.

contribuiu e, com o estancamento dessas fontes de recursos a preocupação era plausível, uma vez que Itaipu significou uma grande ruptura ao transformar uma cidade de cerca de 30 mil habitantes em mais de 200 mil habitantes.

A partir da apresentação desta problemática central, as belezas naturais e a situação privilegiada de Foz do Iguaçu são citadas como possíveis polos de atração: o Parque Nacional e as Cataratas do Iguaçu, a localização fronteiriça e os rios que a formam, a Ponte da Amizade já construída e a Ponte da Fraternidade que ainda seria construída, além da Hidrelétrica e o Lago de Itaipu, tendo sido afirmado no documento sobre o turismo:

Esta é a potencialidade de nossa cidade, que se não for racionalmente planejada e desenvolvida por todos nós, com certeza proporcionará um processo suficientemente dinâmico de diversificação, capaz de acionar outros campos e atividades criando e fortalecendo atividades de caráter permanente para o Município (SEMINÁRIO DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU, 1980, s/p).

Assim, o foco é direcionado ao turismo, como aposta - como 'Salvador' da economia após as demissões em massa que ocorreriam com o término da construção da Usina de Itaipu, que chegou a empregar 40.000 trabalhadores no auge da sua construção. Outro indício desta expectativa é o subitem III do documento, intitulado 'Foz do Iguaçu Turismo sua vocação natural', em que logo no início ressalta que "historicamente o Turismo tem sido estrutura de suporte da atividade econômica do município" (SEMINÁRIO DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU, 1980, s/p).

A aposta no turismo como salvador, como panaceia⁶⁹ tem sido utilizada de forma caricatural, criando um mito do desenvolvimento devido ao seu potencial econômico e suposta capacidade de reduzir desníveis econômicos setoriais e regionais, consoante o Decreto-lei 55 de 18 de novembro de 1966 que definiu a primeira Política Nacional de Turismo, já citado no terceiro capítulo. Assim, ao turismo são creditadas várias missões, até mesmo a reestruturação de localidades que tiveram baixas significativas em sua economia, fruto de mudanças endógenas ou exógenas.

O mito da chegada do desenvolvimento a partir da oferta de produtos e serviços turísticos tem feito localidades se endividarem para disponibilizar

⁶⁹ Segundo o Dicionário Michaelis, Panaceia significa "Remédio para todos os males ou dificuldades". O turismo tem sido considerado este remédio para salvar ou sustentar a economia de municípios, estados ou países no mundo todo. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/>. Acesso em 27 dez. 2020.

infraestrutura e equipamentos turísticos na pretensão de transformar suas localidades em polos turísticos. Segundo Luz (2011) este mito tem íntima relação com a corrida desenvolvimentista/industrializante pós Segunda Guerra Mundial, em que países subdesenvolvidos e emergentes passaram a imitar o modelo adotado por países desenvolvidos. Este mesmo autor comenta que muitas localidades de fato se desenvolveram, porém, foram criadas ilhas de prosperidade (centro) da qual a população local (bordas) não era incluída ou ficava apenas com uma parte dos frutos colhidos com o desenvolvimento da atividade turística. As discrepâncias regionais são evidentes quando se analisam os dados do fluxo de turistas *versus* as receitas cambiais do turismo internacional por região:

Tabela 5 - Fluxo Mundial de Turistas por Região (em %) e Receita cambial absoluta e relativa em 2010

Regiões	Fluxo em 1990	Fluxo em 2000	Fluxo em 2010	Receita (bi \$) em 2010
Europa	60,2	57,2	50,7	406,2
Ásia e Pacífico	12,8	16,3	21,7	248,7
América do Norte	16,5	13,6	10,5	131,2
América Central e do Sul	4,8	5,4	5,5	51,0
África	3,5	3,9	5,2	31,6
Oriente Médio	2,2	3,6	6,4	50,3

Fonte: LUZ, 2011 (baseado em OMT).

Verifica-se por meio dos dados da Tabela 5 um gradativo desvio do fluxo dos turistas internacionais da Europa e América do Norte em direção à Ásia e ao Pacífico. No que diz respeito à América do Sul, fica evidente o baixo percentual de participação em relação às demais regiões, uma vez que mesmo somada com a América Central, África e Oriente Médio a participação não atinge 15% do fluxo de turistas. Ou seja, por mais que haja investimentos em serviços e equipamentos turísticos, ainda se observa uma grande discrepância entre os países subdesenvolvidos em relação às grandes potências capitalistas no que diz respeito ao desenvolvimento turístico.

A afirmação de que “historicamente o Turismo tem sido estrutura de suporte da atividade econômica do município” é frágil, conforme discorrido no segundo

capítulo desta tese, pois foi apenas a partir do final da década de 1960 em diante que obras de infraestrutura como a construção da Ponte Internacional da Amizade, a BR-277, a construção de um novo aeroporto e a construção da Itaipu Binacional colaboraram para o aumento significativo do fluxo turístico em Foz do Iguaçu.

No diagnóstico do documento do Seminário são descritos os atrativos e equipamentos/serviços turísticos ofertados em Foz do Iguaçu. Observa-se uma tentativa de apresentar um leque de opções além das Cataratas do Iguaçu, observado no seguinte trecho: “Além das quedas existe a opção de visitar o Hotel das Cataratas, o Museu de História Natural, a flora ao longo da rodovia de acesso e eventualmente várias espécies da fauna que transitam no Marco das Três Fronteiras” (SEMINÁRIO DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU, 1980, s/p).

A localização fronteiriça é ressaltada novamente, principalmente a facilidade e rápido acesso para visitar os três países fronteiriços, em que os turistas teriam à disposição: comércio, cassino, artesanato e folclore - indício da utilização da fronteira como atrativo.

Em contraste, a fronteira é apontada como um ente competitivo no seguinte trecho: “É imprescindível uma atuação decisiva dos órgãos competentes para que o Aeroporto de Foz do Iguaçu não perca sua posição de vanguarda em relação a Argentina e futuramente ao terminal do Paraguai” (SEMINÁRIO DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU, 1980, s/p).

Ou seja, a fronteira pode ser vendida e utilizada como chamariz, mas a infraestrutura de Foz do Iguaçu precisa se destacar em relação ao Paraguai e à Argentina, em um claro processo de reafirmação da identidade nacional brasileira, produzindo uma diferença entre o Eu e o Outro, criando assim, uma fronteira simbólica, que evidencia a marcação da diferença, que precisa de algo fora dela para existir, construída socialmente no tempo e no espaço (WOODWARD, 2000).

As análises até aqui foram baseadas no texto ‘geral’ do documento, pois este está formatado com uma espécie de introdução, seguido de propostas apresentadas que indica que foram feitas pela organização do seminário e, na sequência há propostas das demais instituições convidadas. Desta forma, abaixo seguem análises das propostas apresentadas pela organização seguido das demais entidades, que serão devidamente identificadas.

Grande parte das propostas gerais descritas no documento (sugestões das entidades organizadoras) envolvem a criação de infraestrutura turística como

melhoria de avenidas, revitalização de atrativos (Marco das Três Fronteiras e Parque Nacional), e algumas tiveram preocupação com planejamento, como:

- Estudo de viabilidade para transformação dos pontos de visitação para melhor aproveitamento turístico;
- Montagem de um roteiro de visitação Turística do Parque Nacional servindo de instrumento de trabalho dos guias;
- Definição de um plano global de revitalização da área das Cataratas através da implantação de equipamentos de interesse turístico sem perturbação do sistema ecológico;
- Plano Diretor de Turismo: projeto de expansão da atividade do Comércio Exterior, Centro Regional de serviços, centro de investigação e treinamento em problemas sobre o meio ambiente.

Observou-se a preocupação novamente com o meio ambiente nas propostas "Valorização de outros tipos de transportes como bicicletas, trenzinho ao longo da Rodovia das Cataratas e ciclovias", que preocupa-se com a diversificação do tipo de transporte utilizado nas Cataratas; e na proposta "Aproveitamento do Recanto do Tamanduá dotado ao longo da Avenida das Cataratas para implantação de um terminal turístico de massa visando atendimento "farofeiro"" (SEMINÁRIO DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU, 1980, s/p).

A utilização do termo pejorativo refere-se à prática de excursionismo, em que pessoas de classes menos favorecidas se deslocam para centros de turismo e lazer levando consigo alimentos para consumo durante a viagem e no destino.

Segundo Urry (2001) a hierarquização de atrativos turísticos tem origem no século XIX na Inglaterra, em que a classe trabalhadora se deslocava para o lazer em balneários e certos espaços foram hierarquizados, passando a serem vistos como corporificações do turismo de massa, sendo assim desprezados e ridicularizados - representantes de tudo aquilo que os grupos sociais dominantes consideravam de mau gosto, comum e vulgar.

A proposta prevê o estímulo ao excursionismo, mas ao utilizar o termo pejorativo "farofeiro" nos impele a refletir como a gestão pública e privada trataria esta movimentação, uma vez que há exemplos no Brasil e no mundo de inúmeras restrições ou intervenções no sentido de controlar o fluxo ou impedir o acesso aos

excursionistas, e mesmo em Foz do Iguaçu, houve iniciativas permanentes para conter o fluxo de “sacoleiros” ou “muambeiros” que vinham em massa fazer compras em Ciudad del Este, tema que ainda será abordado nas análises desta tese. Ou seja, percebe-se hierarquização e seleção de turistas, em que há uma segmentação, podendo-se inferir que as bordas estavam sendo nominadas “farofeiras”.

A necessidade de formação de mão de obra é citada também: “Qualificação é indispensável para a boa performance no atendimento à demanda” (SEMINÁRIO DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU, 1980, s/p). E houve também apoio à criação da Área de Livre Comércio, elaborada pelas lideranças empresariais e políticas da cidade - indícios da exclusão da comunidade.

Diferente do documento anterior analisado, foram apresentadas diversas propostas relacionadas à preservação da história, patrimônio e manifestações culturais locais:

- Levantamento de informações arqueológicas para posterior visitação através de expedições culturais de interesse arqueológico;
- Apresentação dos originais ou painéis fotográficos de documentos históricos sobre o Parque Nacional desde a sua fundação;
- Valorização das construções de aspectos arquitetônicos neocolonial como Hotel das Cataratas, Museu de História Natural e residência oficial do Parque Nacional;
- Reativação da usina hidrelétrica do Parque inaugurada em 1942, bem como as duas represas de captação do Rio São João como Museu Vivo, uma vez que esta foi responsável durante 11 anos pelo abastecimento energético de Foz do Iguaçu;
- Identificação natural fotográfica dos principais exemplares de fauna e flora da região;
- Apresentação da lenda de Naipi e Tarobá no mural artístico próximo às Cataratas;
- Fazer convênios com centro de pesquisa arqueológica da UFPR para identificar locais de importância ecológica e arqueológica na Ilha de Acaraí;
- Valorização das tradições artísticas culturais e folclóricas da região com criação da Casa da Cultura, Teatro da Pedreira, Museu Histórico de Foz do Iguaçu e Cooperativa de Artesanato;

- Coleta de documentos históricos fotográficos e material utilizado na construção da Itaipu para instalação de um museu pela Itaipu Binacional acompanhado de uma réplica do modelo da usina.

A preocupação em criar espaços para a valorização das tradições, costumes e histórias de um povo está intrínseca ao conceito de patrimônio cultural. Apesar de o documento não fazer referência às ações do IPHAN que já estavam em vigor neste período, vale recordar a partir da Constituição Federal de 1988, em seu artigo 216, o conceito de patrimônio anteriormente estabelecido (Decreto-lei nº 25, de 30 de novembro de 1937) foi ampliado, passando a incorporar o conceito de referência cultural a bens passíveis de reconhecimento, sobretudo os de caráter imaterial que são as formas de expressão de um povo:

Nessa redefinição promovida pela Constituição, estão as formas de expressão; os modos de criar, fazer e viver; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (PORTAL IPHAN, 2020).

O patrimônio de uma localidade é transmitido de geração em geração e, portanto, expressa a história e memória de seu povo, e por este motivo, torna-se de interesse turístico. Conforme já apresentado no terceiro capítulo, a principal motivação de viagem dos turistas é o lazer, segundo o estudo de demanda turística internacional, tendo como subcategoria do lazer, as três principais motivações o turismo de sol e praia, natureza, ecoturismo ou aventura e turismo cultural, inclusive com grande potencial de aproveitamento para Foz do Iguaçu.

Vale recordar que a partir do momento em que o turismo existe e há interesse pela cultura local, os patrimônios tornam-se produtos a serem comercializados e são passíveis de serem recriados constantemente pelas comunidades e grupos que interagem com a natureza e com demais seres sociais. Esta interação com a sua história gera um sentimento de identidade e continuidade, o que auxilia na promoção da diversidade cultural (PORTAL IPHAN, 2018). Desta forma, pode-se refletir que as pessoas são as responsáveis por criar, recriar e modificar os patrimônios. São elas que dão usos, funções e significados ao patrimônio.

A proposta “Implantação do Parque Monjolo valorizando-o como área de recreação urbana e integrando ao roteiro de visitação turística da cidade”

(SEMINÁRIO DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU, 1980, s/p) impele a refletir que a os usos do patrimônio podem ser tanto por turistas quanto por moradores locais e esta integração é uma fonte de trocas que podem ocorrer entre estes, resultando em ganhos para ambos - trocas interculturais entre estes e o sentimento de pertencimento e valorização de sua cultura pelos moradores locais.

Esta integração deve ser buscada pelos gestores públicos municipais, uma vez que todo cidadão não só tem o direito ao lazer, conforme disposto no Capítulo II, Artigo 6º da Constituição Federal, que deve inclusive incentivar o lazer com o propósito da promoção social (BRASIL, 1988, p. 143).

O lazer proporciona o viver e conviver social de cidadãos que devem ter à sua disposição equipamentos de lazer com infraestrutura de qualidade e com segurança, de forma gratuita. Para tanto, deve ser uma das pautas de luta da sociedade (GOMES, 2010), uma vez que o direito à cidade é de todos (HARVEY, 2012).

Assim, além da infraestrutura e segurança, o planejamento turístico local deve preocupar-se com a criação de mecanismos para proporcionar o encontro entre o turista e o morador local, para favorecer as trocas culturais e, conseqüentemente contribuir para o enriquecimento da experiência de ambos.

Adentrando nas propostas apresentadas pelas entidades, a primeira analisada é o Lions Club Cataratas. Esta entidade usa um discurso relacionado à 'vocação' turística de Foz do Iguaçu ao utilizar o termo "Cidade Turismo". Como problemática menciona que houve queda de 50% dos turistas nas Cataratas e sugere a necessidade de um Plano Diretor de Turismo para a conservação e a dinamização desta atividade, recuperação da infraestrutura turística, formação de mão de obra profissional, criação de uma Área de Livre Comércio, utilização do lago de Itaipu como atrativo turístico, além de citar a situação geográfica privilegiada em alusão à tríplice fronteira - discursos e propostas já apresentadas nas propostas gerais.

O Rotary Club menciona a necessidade de aumentar a permanência dos turistas na cidade, que naquele período era de três dias, e ressalta a necessidade de ampliação das opções de atrativos, classificando os atuais: Cataratas brasileiras e Argentina, Cassinos no Paraguai e Argentina e Itaipu como um "minguado pacote de opções". Dentre as alternativas sugeridas, destacam-se: a criação de cassinos, congressos, parque de diversões, festivais regionais e internacionais especialmente de etnias, aproveitamento do Lago, centro gastronômico e conscientização turística da população. Faz-se a reflexão de que estas propostas possuem relação com as

propostas gerais já citadas quando são feitas várias proposições relacionadas ao que atualmente denomina-se 'turismo cultural' em uma tentativa de apresentar um leque maior de atrativos turísticos para prospectar mais turistas.

O Sindicato dos Empregados do Comércio Hoteleiro e similares sugeriu a formação técnica de mão de obra - uma vez que considerou as faculdades morosas para a formação, criação de projetos integrados na fronteira, transformar a estrutura deixada pela Itaipu em um atrativo turístico-cultural.

O Sindicato dos Condutores Autônomos de Veículos Rodoviários de Foz do Iguaçu apresentou propostas apenas relacionadas com a sua categoria, como regulamentação dos serviços de transportes turísticos.

A INFRAERO sugeriu o aumento da pista do Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu de 2.200m para 2.440m para operar aeronaves com maior carga, além das seguintes ampliações: pátio de manobras, terminal de passageiros e instalação de sinalização visual adequada, e estacionamento de veículos de passageiros.

O SENAC apresentou os números de cursos ministrados no período de 1978 a 1980, sendo 19 cursos de Hospitalidade para 382 pessoas; dois cursos de Turismo para 26 pessoas; um curso de Administração Hoteleira para 13 pessoas; e um curso de Marketing Hoteleiro para 13 pessoas.

Vale lembrar que o SENAC foi criado pelo governo federal na década de 1940, com influência da Constituição de 1937 e da política de incentivo ao crescimento da indústria e do comércio e tinha o objetivo de qualificar mão-de obra para o trabalho (MARCONI, SCHELBAUER, IVASHITA, 2020).

Segundo Kuenzer (1991) a educação orientada para o trabalho difere do ensino regular pelo fato de formar as camadas menos favorecidas da sociedade para a atuação no sistema produtivo nas funções técnicas de baixo e médio níveis da hierarquia ocupacional.

Infere-se a partir desses conceitos que o público atendido pelo SENAC no período mencionado era composto por empregados e gestores que já atuavam na atividade turística em Foz do Iguaçu. Os temas dos cursos contém indícios do que se almejava capacitar: o bem receber o turista por meio do Curso Hospitalidade, as relações entre oferta e demanda turística no Curso de Turismo e melhoria da gestão e captação do público-alvo para o setor específico de hotelaria, o que já demonstra que naquele período os meios de hospedagens eram um importante setor do turismo em Foz do Iguaçu, vindo mais tarde prover grande parte dos gestores que atuam na

direção dos principais organismos públicos e privados de Turismo de Foz do Iguaçu, evidente na composição do Conselho Municipal de Turismo do município.

A partir das proposições apresentadas pelo SENAC no Seminário, constata-se novamente a influência do setor hoteleiro: necessidade de aproximação do SENAC da classe hoteleira para melhor atendimento; disponibilidade de informações para definir as necessidades de treinamentos; e ceder espaço físico com copa, cozinha, etc., para realização dos cursos até a concretização do hotel escola, que ocorreu em 2009.

A imprensa local apresentou uma carta em que condenou a forma apressada de realização do Seminário, o que indica que os órgãos foram convidados de última hora. Condenaram também a ausência do Ministro do Turismo e o distanciamento deste de Foz do Iguaçu, uma vez que o município era o segundo polo turístico e o quarto parque hoteleiro do Brasil naquele período. Dentre as sugestões, destacam-se: maior criatividade de promoções do turismo e promovê-las de forma conjunta, centralizar e gerar a Política Oficial de Turismo e passar para o domínio municipal as Cataratas, que estava sob domínio administrativo do Ministério da Agricultura, para que a taxa de visitação ficasse no município.

A última entidade mencionada no documento foi o Banco de Desenvolvimento do Paraná S.A., que em convênio com o FUNGETUR (1976) mencionou que estava disponível para financiar empreendimentos turísticos no Paraná, sendo Foz do Iguaçu o principal polo turístico do estado. Os recursos liberados tinham o objetivo de complementar a estrutura receptiva do município e aumentar a permanência média do turista. Dentre as linhas prioritárias de investimento destacam-se: fortalecimento da rede hoteleira do Estado, alojamentos extra hoteleiros como campings e motéis; terminais turísticos; transportes turísticos - receptivo e fluvial; Centro de Convenções; apoio a empresas públicas e privadas para realização de promoções turísticas; equipamentos de lazer; complexos turísticos; restauração; manutenção de núcleos urbanos; fomento de atividades folclóricas-tradicionais, artesanais ou gastronômicas.

Por último, cita que o banco presta apoio técnico, financeiro e de elaboração de estudos, em especial sobre o uso do Lago de Itaipu, preservação do meio ambiente, diversificação de atividades para Foz do Iguaçu voltados para a absorção da mão de obra excedente, melhoria da qualidade de vida, identificação de novas oportunidades econômicas entre outras iniciativas, o que reverbera a preocupação inicial apresentada sobre a desmobilização das obras da Usina de Itaipu.

Conclui-se que a maior preocupação do seminário foi pensar os caminhos que Foz do Iguaçu tomaria com o término da construção de Itaipu, sendo o turismo citado como potencial atividade que viria a suprir economicamente o município e que para isso, obras de infraestrutura, melhoria e criação de novos atrativos, inclusive muitos voltados para a representação da história e cultura local, porém sem detalhamento sobre como estas propostas seriam executadas, apenas encontram-se indícios de que com um leque maior de produtos turísticos poderia atrair mais turistas ou aumentar sua permanência no destino. A qualificação e a fronteira como produto turístico são propostas que se repetem em relação ao plano anterior, tendo sido citadas como relevantes para o desenvolvimento turístico local.

Analisa-se, por fim, que neste período, não havia um órgão representativo do turismo e sim, órgãos independentes que estavam preocupados com o desenvolvimento econômico do município e que apostavam no turismo como a tábua de salvação, com destaque para duas propostas da imprensa local: promoção do destino de forma conjunta, algo que seria proposto em planos governamentais apenas alguns anos mais tarde; e a necessidade de gerar a Política Oficial de Turismo, algo que começou a ser gestado na esfera federal a partir de 1966 com a criação da Política Nacional de Turismo (no papel), tendo sido colocada em prática décadas mais tarde (1990), ainda de forma restrita, conforme já analisado.

4.3 DOSSIÊ / CARTILHA PLANO DIRETOR PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM FOZ DO IGUAÇU (s/d)

O Dossiê / Cartilha Plano Diretor para o Desenvolvimento do Turismo em Foz do Iguaçu foi redigido provavelmente entre 1987 e 1988, na primeira gestão do ex-prefeito Dobrandino Gustavo da Silva e do ex-Secretário de Turismo Névio Rafagnin.

O documento não tem data, mas cita que Foz do Iguaçu está com 200 mil habitantes, diferente de documentos anteriores da década de 1980 em que Foz do Iguaçu tinha 150 mil habitantes, além de mencionar que era da gestão do prefeito Dobrandino, que foi eleito em 1986 e posteriormente em 1993.

O documento discorre sobre a atividade turística e afirma que esta 'indústria' é altamente rentável em todo o mundo e que há uma tendência de ampliação da disponibilidade de horas para o lazer que poderia ser aplicado no turismo e que os

pontos turísticos de maior atração estão baseados em recursos naturais e Foz do Iguaçu teria vantagem por ter as Cataratas do Iguaçu.

Logo na contracapa da cartilha há um discurso do prefeito Dobrandino que reafirma a aposta no turismo:

O turismo é o principal fator econômico para o desenvolvimento da nossa comunidade. Devemos incentivar a construção de riquezas para que possamos atender ao social que é a meta maior da nossa administração. O turismo é uma oportunidade para o desenvolvimento de Foz do Iguaçu [...] O turismo é o ponto-chave em nossa administração (DOSSIÊ / CARTILHA PLANO DIRETOR, sd).

Para que o turismo fosse um vetor de desenvolvimento, é citado no documento que era preciso garantir a qualidade e a satisfação de todos os envolvidos, sendo de grande importância o envolvimento direto da comunidade de Foz do Iguaçu, mas não cita quem exatamente são as entidades ou pessoas consideradas como comunidade.

Ainda na introdução é apresentada a justificativa da vocação turística de Foz do Iguaçu devido à existência das Cataratas, Parque Nacional, os rios Iguaçu e Paraná, o lago e a hidrelétrica de Itaipu e as três culturas, indicando novamente a localização fronteiriça como potencial atrativo, conforme já havia sido citado nos documentos anteriores.

A lógica de organização do texto segue o padrão dos documentos anteriores, começando pela apresentação do diagnóstico do período sobre Foz do Iguaçu, com dados históricos desde a constituição do município, localização geográfica, clima, temperatura média e cita que Foz do Iguaçu é a oitava cidade mais populosa do Paraná e que "É por natureza e tradição voltada exclusivamente para as atividades turísticas e de comércio", uma vez que é o segundo polo turístico nacional e o terceiro parque hoteleiro do Brasil, com índice de visitação anual de 650 mil a um milhão de visitantes (DOSSIÊ / CARTILHA PLANO DIRETOR, s/d).

Estas afirmações indicam que mesmo com a alteração da gestão municipal o mito da vocação turística de Foz do Iguaçu se perpetua nos discursos, e não encontramos referência a uma suposta "vocação turística" do Brasil em documentos do mesmo período na esfera federal, como a exemplo da Lei 8.181 de 28/03/1991 que estabeleceu a reformulação da EMBRATUR ao qual o documento municipal poderia estar amparado. Apenas fica saliente nesta lei supracitada o potencial do turismo em reduzir desigualdades sociais e econômicas. Esta reflexão é um indício

de que a suposta vocação turística de Foz do Iguaçu é uma construção discursiva local.

Percebe-se, que o comércio também começa a ter destaque, junto com o turismo, evidenciando que estes seriam os principais fatores para o desenvolvimento econômico e social de Foz do Iguaçu. O comércio em 1986 foi responsável pela terceira maior arrecadação do Paraná, devido ao grande aumento no número de estabelecimentos comerciais e prestadores de serviços (mais de 6.000 estabelecimentos), segundo o documento. E cita que ao contrário do que se esperava - declínio do crescimento econômico com o término da construção de Itaipu - "a cidade prosseguiu em ritmo de progresso", e "quem acreditou e investiu em Foz do Iguaçu não se arrependeu" (DOSSIÊ / CARTILHA PLANO DIRETOR, s/d).

Além dos dados já mencionados o documento apresenta diversos roteiros possíveis: ecológicos - principalmente dentro do Parque Nacional do Iguaçu; desportivos - principalmente relacionados ao aproveitamento das águas; de compras - nas três cidades da tríplice fronteira; da sorte - relacionado aos cassinos; e histórico-culturais - no Parque Nacional do Iguaçu, museus, artesanato ou outros signos que remetem à cultura da tríplice fronteira, como artesanato da cultura tupi-guarani, Marco das Três Fronteiras, Palmeira do Tri, Ponte da Amizade e Ponte da Fraternidade e Casa de chá e erva-mate situado a aproximadamente 30 km da Fronteira, no território argentino.

Fica evidente durante a análise, que o documento foi elaborado considerando conceitos de marketing, elencando os produtos a serem oferecidos, clientes potenciais e estratégias para alcançar esses clientes, em um programa com várias ações a serem realizadas ao longo do tempo. São citados como potencial turísticos - as águas (Cataratas do Iguaçu, Rio Paraná e Iguaçu e Lago de Itaipu) e cassinos. No quesito eventos, cita que esta é uma importante estratégia para atrair fluxos de turistas na baixa temporada. Cita ainda que era preciso considerar que o turismo é a 'indústria da felicidade' e precisava ser considerado de forma sistêmica, balancear oferta e procura para não comprometer a imagem da cidade por mau atendimento. Para isto, segundo o documento, havia a necessidade de qualificação de todos os componentes do sistema relacionado com o fluxo turístico: os decisores que definiriam os caminhos estratégicos e também quem operacionalizaria suas decisões.

Verifica-se novamente a proposição relacionada à qualificação profissional, tanto operacional quanto estratégica para o 'sucesso' do turismo de Foz do Iguaçu.

Esta separação entre qualificação operacional e de gestão estratégica é problemática, uma vez que a educação profissional de turismo de forma tecnicista ocasiona, segundo Parente (2017) uma visão parcial e domesticada do turismo, ao invés de um ensino emancipatório, que facilitaria a compreensão do turismo e suas interferências em questões culturais, sociais, econômicas, dentre outras, que traria muitos mais benefícios para o desenvolvimento do turismo na destinação turística ao formar seres com pensamento crítico acerca da atividade turística.

Assim como nos planos anteriores, o turismo é considerado um dos maiores potenciais vetores de crescimento e desenvolvimento para Foz do Iguaçu, porém, agora aparecendo o comércio como possível aliado para atingir os objetivos econômicos do município, uma vez que o fracasso iminente que seria causado pelo término da construção Itaipu não se concretizou. Foram apresentadas diversas propostas, inclusive relacionadas à área histórico-cultural, que privilegiariam os saberes locais, porém, assim como as demais propostas não há detalhamento, quem executará, em quanto tempo ou um plano de monitoramento desta execução, o que dificulta a medição de sua concretização, mas oferece indícios de que havia a preocupação com estes aspectos.

4.4 PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO (1992)

O Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado foi realizado em 1992, na gestão do ex-Prefeito Álvaro Newman, desenvolvido pela Secretaria Municipal de Planejamento e Desenvolvimento. Consta no início do plano uma apresentação preliminar realizada em 1989, resultado de um ano e meio de trabalho em parceria com o Instituto de Assistência aos Municípios do Estado do Paraná (FAMEPAR) e a Prefeitura Municipal por meio do projeto MACROFOZ, que se tratava de uma discussão para a instituição do Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (entregue em 1992), caracterizado como um dos resultados mais importantes do primeiro ano de administração Newman.

O plano está dividido em 4 volumes. O volume 1 descreve o processo histórico do desenvolvimento da cidade, causas da situação problemática daquele período; o volume 2 contém uma descrição sistemática dos aspectos físicos, naturais e infraestrutura, demografia, características da qualidade social, identificação dos problemas e das potencialidades para o desenvolvimento do município; o volume 3

apresenta as medidas a serem utilizadas para atingir as metas e os objetivos; e o volume 4 apresenta os instrumentos para a execução da Política Municipal, define as diretrizes orçamentárias bem como os projetos emergenciais setoriais.

Em relação ao envolvimento popular, logo na apresentação do plano este é mencionado, descrevendo que foram feitas amplas discussões com seminários abertos à população e discussões setoriais envolvendo a comunidade por meio de órgãos representativos nos bairros.

A preocupação com a vontade popular é expressa também nos objetivos do plano, que tinha como finalidade realizar um diagnóstico de carências, potencialidades e riquezas a serem trabalhadas por cada Secretaria, em que os resultados só seriam possíveis com “ação permanentemente planejada e integrada que valorize as potencialidades econômicas e humanas, ao mesmo tempo que respeite a vida, o meio ambiente e a vontade popular” e que para a execução das medidas “deverá haver uma atividade ativa para ação de toda a comunidade fortalecendo desta maneira a saudável prática democrática” (PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO, 1992, s.p).

Esta preocupação com o envolvimento popular é inovadora para este período e fica evidente que grande parte da população foi envolvida, uma vez que o documento cita que foram feitos encontros nos bairros, o que aproxima a gestão municipal dos moradores.

Em relação ao diagnóstico do Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (1992), este contém a caracterização de Foz do Iguaçu, quanto a sua história desde o “descobrimento”⁷⁰ em 1542 e que com a criação do Parque Nacional do Iguaçu em 1939 aumentou o potencial turístico do município. Menciona, ainda, que o aumento populacional após as décadas de 1960 e 1970 posterior às migrações campo-cidade e as obras da Itaipu foram responsáveis pelo aumento vertiginoso da população de Foz do Iguaçu.

A relevância do setor terciário, dentre eles o turismo, é mencionado também no documento, sendo que a arrecadação relacionada a este setor neste período é de 65% proveniente das atividades de hotelaria e empresas operadoras de turismo, seguido pelo comércio, oriunda em grande parte das empresas construtoras

⁷⁰ Rejeita-se o termo “descobrimento”, uma vez que este território já era habitado neste período pelos moradores originários - os povos indígenas.

prestadoras de serviços à Itaipu. Além da reafirmação do turismo como importante setor para a economia de Foz do Iguaçu e como vocação turística do município, mais uma vez é reafirmada a particularidade fronteiriça do município e menciona que as relações econômicas com o Paraguai, além de Itaipu entre outros, são importantes características que apontam a singularidade de Foz do Iguaçu. E assim, estes atributos demonstram a necessidade que existe em si em ordenar e ajustar o seu desenvolvimento.

Este planejamento seria uma forma de preparação para um “novo capítulo” na história de Foz do Iguaçu, pois no documento há grandes expectativas em relação às novas ligações rodoviárias e as perspectivas da cidade de se tornar entreposto comercial para o mercado do CONESUL. Estes fatos eram indicativos de que o município poderia fortalecer sua economia devido à atração de mais indústrias e empresas do terceiro setor.

Especificamente sobre o cenário ao qual o turismo se encontrava neste período, apesar de o documento citar que o Aeroporto de Foz do Iguaçu ocupava o 5º lugar em movimento no Brasil, tendo registrado em 1987 o movimento de 551.554 passageiros, são feitas críticas sobre a falta de exploração das potencialidades turísticas da cidade, principalmente devido às dificuldades de acesso. O documento cita que somente a partir da década de 1960 houve um concreto aumento do turismo devido às obras de infraestrutura de acesso e comunicação, somados à construção de alguns hotéis de categoria e pelo interesse de desenvolver as potencialidades locais.

Estas afirmações confirmam as discussões realizadas no segundo capítulo e no início deste capítulo, em que questionam a vocação turística de Foz do Iguaçu ou que o turismo tem sido historicamente uma atividade de suporte da economia iguaçuense, uma vez que este teve maior impulso com a construção de obras de infraestrutura que ocorrem a partir da década de 1960. Fica evidente no discurso acima, novamente, a hierarquização dos hotéis ao mencionar que o turismo teve aumento a partir de obras de infraestrutura e ‘hotéis de categoria’.

Na seção do documento que trata especificamente do turismo é definido como objetivo específico fomentar o desenvolvimento turístico de acordo com as potencialidades locais sem prejuízo de outras iniciativas de investimento econômico - indícios de que o turismo é uma atividade importante para Foz do Iguaçu, mas que em virtude do recente Tratado de Assunção assinado em 1991 para a criação do

Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), outras ‘vocações econômicas’ poderiam ser adicionadas ao município, como relevante *hub* comercial internacional da América Latina.

Dentre as propostas dispostas no documento algumas são citadas como problemas a serem resolvidos e outras são claramente formuladas em formato de ações a serem executadas. Para melhor visualização foram criadas categorias das propostas que se destacaram para serem analisadas, conforme Quadro 8:

Quadro 8 - Propostas para o Turismo - Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (1992)

Área	Proposta
Infraestrutura e Paisagismo	Duplicação de diversas vias estruturais; tratamento das avenidas e principais ruas da cidade para estimular o fluxo interno; sinalização geral e turística, padrão de qualidade paisagístico compatível com a “vocação turística” do município; melhoria das vias de acesso da cidade, como corredor turístico central, com projeto paisagístico de despoluição e comunicação visual com regulamentação dos padrões construtivos; construção de parques de águas termais com complexo turístico, área de lazer, gastronomia e hospedagem, etc
Qualificação profissional	Formação de profissionais para atendimento ao turista, especificamente hotéis com gestão familiar “em que a qualidade no atendimento dos turistas não é atingida”; preparar a polícia para atender, orientar e informar ao turista; criação de um centro de treinamento turístico com desenvolvimento de programas de aplicação de cursos técnicos, palestras e seminários.
Equipamentos de Lazer	Integrar as funções de lazer com as de apoio ao turismo de promoção cultural.
Segurança	Garantir a segurança física do munícipe e do turista, promover a segurança ostensiva.
Eventos	Implantar um calendário de eventos
Fiscalização	Tarifas de táxis abusivas
Cultura/história	Criação de museus e outros espaços de visitação e roteiros alternativos; abrir espaços de consolidação de uma cultura própria dos habitantes de Foz do Iguaçu, prejudicada pela intensa atuação dos turistas na apropriação do espaço cultural; Incentivo à produção de artesanato local e de sua comercialização;

Fonte: Elaborado por Welter (2021) baseado em Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (1992).

Vê-se que a vocação turística é citada de forma recorrente, inclusive quando há críticas no documento sobre a falta de separação de lixo, inclusive o hospitalar, e é creditada à conformação urbana linear com concentração ao longo dos eixos viários

e à dispersão entre os conjuntos populacionais e que isto seria incompatível com a vocação turística da cidade. A vocação turística é mencionada novamente como justificativa para a construção de obras de infraestrutura turísticas e paisagismo.

A qualificação profissional se estende ao corpo policial neste plano, em que a garantia de segurança é ampliada, necessitando que além do policiamento os profissionais de segurança possam prestar um bom atendimento aos turistas.

Ainda sobre a qualificação profissional, no decorrer do documento foi encontrado o discurso de que o setor hoteleiro enfrentava dificuldades para atender as expectativas de atendimento dos hóspedes devido à baixa formação dos seus empregados devido à falta de escolas de preparação e formação profissional, apesar dos esforços do SENAC, do SENAI e da própria Prefeitura Municipal - indícios de que a falta de estrutura física era um impeditivo à qualificação dos profissionais empregados em turismo em Foz do Iguaçu, na concepção dos autores do documento. Reflete-se se a problemática não residia nos currículos, forma de abordagem ou o quantitativo de pessoas atendidas pelos programas de formação profissional, infelizmente não pontuados no documento para serem analisados.

Em relação às áreas de lazer há uma proposta de integração das funções de lazer com a promoção cultural, e estas são qualificadas como precárias, além de “caro e elitista” (PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO, 1992, p. 103). Corrobora-se esta afirmação quando é destacado no documento que há restaurantes, casas de shows e bares no centro da cidade, porém, muitos dirigidos a turistas e bastante seletivos. O documento menciona que há apenas um cinema na cidade e um teatro ainda em construção⁷¹, restando como opções para a população local o lazer em centros comunitários e templos religiosos. Fato semelhante ocorreu no país como um todo, pontuado por Almeida e Gutierrez (2007) neste mesmo período, pois apesar do crescimento do lazer e turismo, o maior acesso era das classes média e alta, restando à população de menor renda o refúgio em frente à televisão, em face da crescente violência urbana e pouca ou deficiente estrutura de espaços de lazer existentes.

A Praia Artificial em Foz do Iguaçu, localizada no bairro Três Lagoas é um exemplo dessa precariedade, citada no Dossiê. Apesar do grande potencial de uso,

⁷¹ O Teatro Municipal Otília Schimmelpfeng, mais conhecido como Teatro Barracão, foi inaugurado em 26 de setembro de 1992.

o documento ressalta que a infraestrutura é insatisfatória, necessitando de manutenção e melhoria da qualidade da água, além de ser de difícil acesso para a população.

A preocupação com os espaços de lazer para a comunidade é novamente ressaltada no decorrer do documento em que é expressa a necessidade de equipar e valorizar espaços abertos, mas igualmente, promover o lazer por meio de campeonatos, encontros, festivais e festas públicas, e menciona-se a falta de uma política de promoção da aproximação entre as pessoas, com intuito de estimular a cidadania, o sentimento de pertencimento à cidade, que por sua vez, resultaria na valorização dos espaços de convívio.

Esta reflexão é inovadora em relação aos documentos anteriormente analisados, pois cita que os espaços de lazer e a prática da convivência são fatores que estimulam a cidadania. O planejamento de espaços urbanos para atender tanto a população local quanto aos turistas pode promover o encontro e a sociabilidade entre moradores, entre turistas e entre turistas e moradores. Como consequência, contribui para que os moradores possam ter não apenas espaços de convivência cidadã, mas igualmente possa aguçar seu sentimento de pertencimento à cidade, por meio da valorização do patrimônio cultural local.

Há igualmente propostas relacionadas à cultura, mas como nos documentos anteriores, estas não foram detalhadas. Reafirma-se o indício de que havia preocupação com esta área, que juntamente com as demais propostas já citadas (lazer e envolvimento popular), caracterizam este documento como um dos mais abrangentes até então analisados. Porém, como não foram detalhadas, questiona-se se a preocupação do envolvimento popular significou que as bordas estavam efetivamente sendo ouvidas ou se o centro considerava que as propostas relacionadas à cultura poderiam trazer benefícios econômicos.

4.5 PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU (1994)

O Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Foz do Iguaçu trata-se de um Relatório da Oficina do Planejamento de 16 a 20 de maio de 1994. A oficina foi realizada com a participação de representantes da Secretaria de Turismo e Serviços,

Foz do Iguaçu Turismo S/A (FOZTUR), Centro de Convenções, Câmara de Turismo de Foz, Diretoria Regional da Associação Brasileira das Agências de Viagens (ABAV), Sindicato de Hotéis, Bares e Restaurantes e Similares, Sindicato dos Empregados em Comércio Hoteleiro e Similares, Sindicato dos Guias de Turismo e Delegacia da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), o que indica quem eram os integrantes do *trade* turístico de Foz do Iguaçu neste período.

Este fato fica evidente no trecho em que descreve o objetivo da oficina: análise pelos grupos e instituições envolvidas com o turismo de Foz do Iguaçu, dos principais problemas relacionados e suas causas e consequências à consolidação do polo turístico de Foz do Iguaçu. Ou seja, ainda se buscava a consolidação do turismo em Foz do Iguaçu e o intuito era analisar os fatores que impediam esta consolidação por aqueles que se consideravam os ‘responsáveis’ pelo desenvolvimento turístico municipal.

A metodologia utilizada na oficina foi a ZOPP, a mesma metodologia utilizada nas oficinas de implementação do PNMT, que tinha o objetivo de construir conhecimento a partir da realidade local (FRATUCCI, 2008). No Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Foz do Iguaçu (2004) esta metodologia é descrita como técnicas de visualização e documentação para assegurar um trabalho participativo. Porém, esta participação era apenas das entidades convidadas. Após a análise dos problemas, foi elaborada uma proposta de trabalho de forma ‘integrada e cooperativa’ entre o poder público, representado pela FOZTUR e a iniciativa privada representado pela Câmara de Turismo⁷² - expressando como o *trade* turístico foi se constituindo em Foz do Iguaçu.

O diagnóstico descrevia o público-alvo atual, atrativos turísticos, tipos de turismo praticados ou potenciais, limitações para o desenvolvimento do turismo: sazonalidade, mercado reduzido, insuficiência de infraestrutura e equipamentos, divulgação insuficiente dos atrativos; e temores: deficiência na qualidade do atendimento e falta de conforto e insegurança.

A comunidade de Foz do Iguaçu é citada na seção ‘Análise de envolvimento’, em que são apontados como limitações: o mercado de trabalho, articulação política,

⁷² Segundo o volume I do Plano de Desenvolvimento Integrado Sustentável (2016) a Câmara de Turismo foi uma entidade do setor privado que manteve suas atividades no período de 1994 a 1998 em Foz do Iguaçu. Para Sodré (2007) a Câmara de Turismo tinha como objetivos a condução do processo de desenvolvimento do turismo com representação empresarial do turismo em apoio a FOZTUR.

baixa renda familiar, e apontou que os interesses da comunidade eram relacionados a necessidades sociais, como educação, saúde, segurança, infraestrutura urbana, maior número de empregos e maior remuneração. São citados, igualmente, os temores da comunidade: queda do nível da atividade turística e desemprego. Vale ressaltar que estes interesses e temores foram citados pelos participantes das entidades já citados e podem não expressar a vontade direta de toda a população iguaçuense, uma vez que representantes diretos da comunidade não foram envolvidos.

A comunidade é citada novamente como uma das causas da não consolidação de Foz do Iguaçu como polo turístico, no que diz respeito à 'baixa conscientização turística'. São citados como causas também: deficiente atuação político-institucional turística, precária estrutura da região para o turismo e reduzido aproveitamento dos recursos e atrativos disponíveis na região.

Assim, observam-se indícios de certas limitações do documento relacionado ao papel/envolvimento da comunidade, uma vez que é limitada a consideração de quem seria a comunidade. Ou seja, os saberes e fazeres não estão presentes, pois nem toda a comunidade está participando.

O documento cita também, a necessidade de melhoria da infraestrutura e melhor aproveitamento do potencial turístico do município. Como novidade, é indicada que a atuação político-institucional turística é insatisfatória, o que indica uma autocrítica do próprio *trade* turístico naquele período.

A partir dos problemas levantados, foram apresentados meios para atingir o objetivo proposto, sendo que várias proposições eram relacionadas com a conscientização da comunidade: sensibilizar líderes e formadores de opinião sobre a importância do turismo, elaborar material institucional, inserir o turismo como disciplina extracurricular, implantar um programa global de consciência turística, melhorar o nível de informação sobre os benefícios do turismo, o que indica novamente o peso atribuído da conscientização turística para a consolidação da cidade como polo turístico, conforme o documento.

Há, igualmente, propostas para o melhor aproveitamento dos atrativos, intimamente relacionadas com ações de prospecção: workshops, famtours⁷³,

⁷³ Também conhecidos como *Famtrips* - são viagens de familiarização realizadas a um destino turístico, à convite geralmente do trade turístico ou entidade(s) da oferta turística, para divulgar e

participação em eventos, realização de pesquisa sobre o perfil do visitante nos hotéis, elaboração de calendário de eventos, promoção e divulgação do destino nacional e internacionalmente, definição de quais mercados seriam atingidos e quais seriam os segmentos potenciais, o que indica a orientação do plano voltada para o marketing turístico como ferramenta de prospecção e promoção.

O presente plano analisado foi o primeiro a conter a distribuição de papéis a serem executados por cada entidade. Ficou estabelecido que ao setor privado caberia a implantação das ações; a Câmara de Turismo faria o gerenciamento do plano e os empresários e os trabalhadores do setor deveriam mobilizar-se para desenvolver um Plano Integrado de Desenvolvimento do Turismo, com envolvimento de toda a comunidade, uma vez que este fator era fundamental para a consolidação do polo turístico. Percebe-se que a 'comunidade' é ampliada neste ponto, ao incluir os trabalhadores da área de turismo, porém, ainda não é envolvida a comunidade como um todo.

Apesar de ser o primeiro plano a fazer a distribuição de papéis, o plano não estabelece um cronograma para validação das atividades atribuídas a cada entidade, o que dificulta o efetivo monitoramento das atividades.

Para Valle et al. (2007, p. 90) o planejamento é "um processo contínuo de tomada de decisão que busca a eficiência e a eficácia do processo produtivo [...] responsável pela definição do curso das ações a serem desenvolvidas".

No que diz respeito ao planejamento turístico, conforme já discorrido no terceiro capítulo, Barreto (1991) cita que devem ser cumpridas cinco etapas para que os fluxos turísticos sejam atendidos: diagnóstico, definição de objetivos, execução, controle e avaliação.

Vê-se que no Plano de Desenvolvimento Integrado (1994) o planejamento não foi integralmente elaborado, haja vista a falta de cronograma das ações que faz parte do controle (Barreto, 1991), além de outros componentes para o planejamento eficiente e eficaz de um projeto⁷⁴, como pode ser visualizado no quadro 9:

promover a infraestrutura turística pública e privada. Podem ser convidados a participar de um famtour ou framtrip: agentes ou operadores de turismo, imprensa, blogueiros, influenciadores digitais, etc.

⁷⁴ Refere-se à metodologia de gerenciamento de projetos, uma vez que todo plano de desenvolvimento turístico possui início, meio e fim, pois são propostas ações a serem concretizadas para atingir determinado objetivo.

Quadro 9 - Componentes do Planejamento de um Projeto

Requisitos	-Compreender os requisitos do projeto -Saber o que pode ser traduzido do plano de projeto para a situação de trabalho
Diretrizes	-Estabelecer objetivos do projeto -Qualidade -Cronograma -Custo -Executar o planejamento em sequência -Descrever parâmetros técnicos -Planejar o trabalho -Identificar os recursos necessários -Calcular custos -Preparar orçamento -Identificar e registrar fatos do projeto -Desenvolver premissas -Identificar problemas e solucioná-los -Identificar e documentar mecanismos de controle -Detalhar planejamento -Considerar interfaces de dependências
Responsabilidades	-Identificar papéis e responsabilidades com relação à equipe, à alta administração e gerentes funcionais.

Fonte: Valle et al. (2007) baseado em Cleland (2002).

A falta destes componentes ou, ao menos, a definição de um cronograma que possibilitasse o monitoramento e o controle das atividades propostas no plano fez com que a cada novo plano realizado no município um novo diagnóstico e novas proposições fossem levantadas, causando um *looping* de diagnóstico, seguido de ações propostas, seguido de novo diagnóstico, seguido de novas ações propostas, sem continuidade do planejamento turístico a cada gestão municipal, da Secretaria de Turismo ou FOZTUR, ou das próprias gestões das entidades do trade turístico, algo que igualmente observado nos próximos planos.

4.6 PROGRAMA DE CONSCIENTIZAÇÃO TURÍSTICA DA FOZTUR / AÇÕES DESENVOLVIDAS PELA PREFEITURA DE FOZ DO IGUAÇU (1995)

Este programa estava alinhado ao objetivo do plano anterior (Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Foz do Iguaçu - Relatório da Oficina do Planejamento de 16 a 20 de maio de 1994), que era criar consciência turística para a consolidação do polo turístico de Foz do Iguaçu. Observam-se fortes indícios do quão

relevante era para o *trade* turístico local conscientizar a população acerca do turismo, ao criar programas específicos para este fim.

As justificativas para a realização do Programa de Conscientização descritas no documento foram: indiferença e despreço, constantes cobranças de preços abusivos por entes da oferta turística, salários inadequados no setor turístico, descaso com o patrimônio turístico e mão de obra desqualificada.

Nos objetivos específicos são descritos como os públicos-alvo de conscientização a população local, o setor turístico e áreas ligadas ao turismo, turistas, autoridades da fronteira, segurança pública, envolvidos no transporte e comércio de Foz do Iguaçu.

O documento contém um resumo dos trabalhos de conscientização turística relacionados apenas à comunidade escolar, em que abrangeu 86 escolas municipais, estaduais e particulares de Foz do Iguaçu, totalizando 9.030 alunos de 3ª série, 7ª série e 2º ano do 2º Grau atendidos. Dentre os alunos que participaram do programa, 4.970 visitaram o Parque Nacional do Iguaçu, sendo que destes, 48% pela 1ª vez. O programa não menciona outros setores atendidos.

Fonseca Filho (2007) amparado no estudo de Rebelo (1998) ressalta que a disciplina de Turismo abordada em escola básica, seja ela educação infantil, ensino fundamental, médio, ensino profissionalizante ou superior, trata-se da categoria 'Educação Formal'. Porém, existem ainda as categorias 'Educação não-formal', através de palestras, encontros, cursos livres, etc, e a 'Educação informal', que seria adquirida por meio de leitura, participação, observação e influências do cotidiano quando um sujeito convive com o fenômeno turístico.

O autor supracitado ressalta que o objetivo central da educação turística, seja qual for sua categoria, reside na educação de todos os envolvidos (comunidade e turistas) para o desenvolvimento do turismo de forma sustentável, contribuindo para o desenvolvimento de comportamentos responsáveis para com a atividade turística.

Fonseca Filho (2007) complementa, ainda, que mais do que conscientizar-se sobre a importância do bem receber os turistas, os cidadãos precisam conscientizar-se da relevância da valorização e proteção dos patrimônios culturais e naturais da localidade e que a educação turística pode gerar múltiplos benefícios para a população: conhecimento sobre a cidade, geografia, história, cultura e turismo local; e para o turista: ao serem atendidos com qualidade e terem acesso a estes conhecimentos tendem a respeitar e valorizar mais a localidade visitada.

Concorda-se com os ganhos que a conscientização turística pode gerar na comunidade local e nos turistas, mas questionam-se os motivos de a comunidade ser olhada apenas como ente a ser conscientizado ou qualificado para bem atender o turista e não ser envolvida no planejamento e processos decisórios relacionados ao turismo em Foz do Iguaçu.

Ainda em 1995, foi elaborado o documento intitulado “Ações Desenvolvidas pela Prefeitura de Foz do Iguaçu”, na segunda gestão do prefeito Dobrandino Gustavo da Silva, que é brevemente analisado neste mesmo subitem.

O documento ressalta a explosão demográfica ocorrida no município de Foz do Iguaçu após a construção da Itaipu, o que exigiu esforços redobrados para dotar a cidade de infraestrutura básica e, assim, apresenta os investimentos realizados, principalmente relacionados à infraestrutura como a construção de galerias de águas pluviais, escolas, creches, estrutura de esportes e lazer, com destaque para a pavimentação, recuperação ou construção de avenidas importantes para infraestrutura turística, como:

- A Avenida Beira-rio: construção que viria a interligar a Ponte da Amizade até a ponte Tancredo Neves. Além de melhorar o tráfego no centro da cidade, seria um novo ponto turístico devido ao projeto paisagístico e mirante para a observação do rio;
- Avenida General Meira: duplicação de avenida que interliga o centro ao Marco das Três Fronteiras;
- Avenida Costa e Silva: recapeamento asfáltico, iluminação e demais ajustes de avenida que interliga a BR-277 ao centro da cidade e que seria um ‘cartão de visitas’ de Foz do Iguaçu;
- Avenida Paraná: caracterizada no documento como ponto de encontro dos moradores, as obras realizadas foram relacionadas à infraestrutura para o lazer e a prática de esportes com pista de caminhadas, *playground* e equipamentos de ginástica, quadras poliesportivas, etc.

Outras obras citadas que se relacionam com a infraestrutura turística foi o Terminal Turístico da Prainha de Três Lagoas que “será seguramente o novo ponto turístico da cidade”. As obras incluíram a construção de churrasqueiras, calçadas, cancha de areia, *playground*, área para camping, sanitários, estacionamento para 200

veículos e guarita salva-vidas; e a revitalização do Bosque Guarani, zoológico do município, em que foram construídos 12 viveiros, setor administrativo com salas para atendimento dos médicos veterinários, cozinha, comedouro e maternidade para emas, lanchonete, anfiteatro para atividades de educação ambiental, módulo policial e equipamentos de apoio. Uma das justificativas para a revitalização era que “o local estava em estado de abandono, servindo de esconderijo para marginais e desocupados”, segundo o documento.

O objetivo desta análise não é apresentar se as obras foram realizadas parcial ou integralmente. Todavia, neste caso, é interessante ressaltar que das obras acima citadas todas foram concluídas, com exceção da Avenida Beira-Rio que foi construída apenas do ponto próximo à aduana da Ponte Internacional da Amizade, localizada no bairro Vila Portes, até próximo o Zoológico da cidade, em um trecho de menos de 4 km. Atualmente há um projeto semelhante ao que foi citado como proposta neste documento - o projeto Beira-Foz que faz parte de um Plano Geral de Urbanização para as margens dos Rios Paraná (margeada pela Avenida Beira-rio). O Beira-Foz tem por objetivo, segundo a 3C Arquitetura e Urbanismo, uma das parceiras do projeto juntamente com a Itaipu Binacional, Fundação Parque Tecnológico Itaipu e a faculdade União Dinâmica Cataratas, a “construção de um espaço urbano estruturado, integrado e sustentável, que promova a segurança na fronteira, a valorização do meio ambiente, a inclusão social, a ampliação da oferta de turismo e o desenvolvimento socioeconômico”. (3C ARQUITETURA E URBANISMO, 2020⁷⁵).

Assim, ressalta-se mais uma vez, que este plano segue a linha desenvolvimentista, ao apresentar obras de infraestrutura realizadas ou a serem realizadas pela gestão municipal, com indícios de que muitas delas projetam a adequação da infraestrutura existente para atendimento da demanda turística, sendo o turismo considerado assim, um relevante vetor de desenvolvimento econômico para Foz do Iguaçu.

4.7 APOSTILA DA FOZTUR - PROGRAMA DE CONSCIENTIZAÇÃO TURÍSTICA (s/d)

A apostila da FOZTUR - Programa de Conscientização Turística foi produzida provavelmente em 1995, no mesmo ano de criação do Programa de Conscientização

⁷⁵ Disponível em: http://www.3c.arq.br/portfolio/049_br/. Acesso em 02 jan. 2021.

Turística, uma vez que no próprio título da apostila consta o nome do programa. Apesar de não ser um documento que contém propostas para o desenvolvimento turístico de Foz do Iguaçu, é interessante analisar o conteúdo da apostila, uma vez que é recorrente a proposta de conscientização turística em todos os documentos analisados.

Desta forma, destacam-se os principais tópicos abordados no documento no quadro 10:

Quadro 10 - Temas abordados na Apostila de Conscientização Turística (FOZTUR)

TEMA	CONTEÚDO
Caracterização de Foz do Iguaçu	Origem da cidade, formação da colônia militar, primeiro prefeito, infraestrutura, crescimento populacional e transformação da cidade pós-Itaipu
Turismo	Conceitos: turismo, turista, oferta turística, atrativos e seus tipos, equipamentos turísticos, serviços turísticos, infraestrutura urbana de apoio, infraestrutura de acesso, modais de transportes.
Conscientização Turística	Turismo como gerador de divisas e empregos, aumenta a arrecadação de impostos, revertidos em infraestrutura, transporte, saúde para a melhoria da qualidade de vida dos moradores; Importância da preservação do patrimônio turístico local e da preservação ambiental; Necessidade do bem receber, dar informações de forma solidária ao turista.
Atrativos	Cita os atrativos naturais, histórico-culturais, realizações técnico-científicas, manifestações e usos tradicionais populares e eventos de Foz do Iguaçu; Apresenta um descritivo sobre o Parque Nacional do Iguaçu: objetivo, data de criação, extensão, visita dos Santos Dumont em 1916, apontado como maior responsável pela criação do Parque Nacional do Iguaçu e a Lenda das Cataratas.
Atendimento ao turista	Postos de informação turística com mapas e folhetos da cidade, totem de informação turística; Teletur com atendimento trilingue; Centros de apoio ao turista e imigrante com informações com mapas, folhetos, sala de espera, sanitários, estacionamento e policiamento; Casa do ingresso para compra de entradas para shows, feiras, exposições, peças teatrais, tanto para turistas como para moradores. Atendimento pré-hospitalar onde os turistas contam com serviço médico pré-hospitalar gratuito; Selo de qualidade recomendada - serviço de recomendação de restaurantes, lanchonetes e confeitarias da cidade; Biblioteca especializada em Turismo; Registro de reclamações e sugestões através do Teletur e postos de informações.

FOZTUR	<p>Órgão oficial de turismo, criado em 31 de maio de 1990, que presta informações turísticas, serviços para a estruturação do desenvolvimento do turismo no município:</p> <p>Conscientização turística nas escolas, que inclui passeios orientados a pontos turísticos à alunos de escolas, conscientização ambiental, qualificação do setor turístico, cadastramento e fiscalização de veículos de turismo, elaboração e coordenação de programas e projetos turísticos, organização e apoio a eventos, captação de eventos, produção de material para promoção institucional, produção de material informativo institucional, cobrança da taxa de turismo, acompanhamento técnico a jornalistas, agentes de viagens, editores de guias turísticos entre outros profissionais que atuam na área de turismo e divulgam de Foz do Iguaçu.</p>
--------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Por meio deste documento pode-se verificar que os conteúdos de conscientização turística eram completos apesar de não conterem o(s) público(s) que se destinariam este documento e como era feita a verificação de aprendizagem e as motivações recorrentes constantes nos planos já analisados quando qualificam a mão-de-obra prestadora de serviços turísticos em Foz do Iguaçu como 'deficiente' ou com necessidade de qualificação.

É interessante verificar que o documento contém várias páginas sobre as ações realizadas pela FOZTUR - indícios de que esta entidade estava desenvolvendo múltiplas atividades com potencial de desenvolvimento do turismo de Foz do Iguaçu, além de indicar que a entidade precisava reafirmar sua relevância para a área de Turismo de Foz do Iguaçu, que viria a ser extinta em 1998 durante a gestão do prefeito Harry Daijó.

4.8 PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU (1996)

O Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Foz do Iguaçu (PDITS) trata-se de um relatório de dezembro de 1996. Com a mudança da administração municipal, houve iniciativa conjunta da Câmara de Turismo de Foz do Iguaçu, FOZTUR e SEBRAE, com a participação de entidades representativas do setor turístico. Foi realizada uma oficina de planejamento para revisão do plano, com o objetivo de apresentar um diagnóstico atualizado da situação do turismo naquele período, além dos obstáculos e avanços encontrados na implementação do plano durante estes anos.

Os objetivos e as ações propostas estavam alinhados ao Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), criado pela EMBRATUR em 1994, com o

objetivo de conscientizar a população beneficiária a realizar as ações no próprio município, e que o potencial turístico de uma localidade não seria suficiente para que a atividade crescesse e sim, se fosse devidamente planejado.

Segundo a Cartilha da Paraná Turismo Municipalização do Turismo (2002) o PMNT trata-se de um processo participativo com intuito de conscientizar, sensibilizar e capacitar a comunidade local quanto os fatores multiplicadores do Turismo (gerador de emprego e renda), além de ser também uma ferramenta de preservação, valorização e manutenção dos patrimônios natural, histórico e cultural.

Reflete-se que os objetivos eram ambiciosos e ditavam as fases que o programa deveria passar para que ocorresse a municipalização do turismo, sublinhando a importância da capacitação de agentes multiplicadores, a criação de um COMTUR e Fundo Municipal de Turismo e a formulação da Política Municipal de Turismo.

Em Foz do Iguaçu o Conselho Municipal de Turismo foi criado originalmente em 1960, por meio da Lei nº 266 de 30/05/60, na gestão do prefeito Emílio H. Gomez, aprovada pela Câmara Municipal de Vereadores. A lei estabelecia os seguintes representantes do Conselho: o Prefeito Municipal com função de presidente, um funcionário municipal designado pelo prefeito, dois representantes da Câmara Municipal, um representante da Associação Comercial, um engenheiro residente na cidade, um representante de cada agência de turismo da cidade, um representante das rádios emissoras locais e um representante dos hoteleiros da cidade. O mandato dos membros era de dois anos, podendo ser reconduzidos.

As competências do Conselho Municipal criado em 1960 eram: a) estudar problemas e questões relacionados ao desenvolvimento do turismo no município; b) opinar sobre propostas do prefeito; c) articulação e coordenação entre organizações comerciais e profissionais de interesse ao movimento turístico; d) promover e divulgar o serviço de informações turísticas; e) fiscalizar a aplicação dos recursos da taxa de turismo.

Segundo Sodré (2007), do final da década de 1950 até o ano de 1989 não há referências sobre o encerramento das ações desenvolvidas pelo COMTUR ou quem eram os seus representantes. O autor aponta que a frequência das ações do colegiado a partir de 1991 demonstrava preocupação com a regulamentação do setor de turismo, análise do sistema TELETUR e definição dos representantes, tendo o

colegiado sofrido novas alterações em 1999 quando foram paralisadas as suas atividades devido à extinção da FOZTUR⁷⁶.

Segundo o *website* da Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu, no menu de Legislações Turísticas e submenu Conselho Municipal de Turismo são encontrados quatro leis e um decreto, sendo a Lei Municipal nº 2.442, de 24 de setembro de 2001 a primeira, seguido pelas Lei nº 3.059, de 20 de junho de 2005, Lei nº 3.160, de 26 de dezembro de 2005, Decreto nº 17.223, de 29 de junho de 2006 e Lei nº 3.302, de 20 de dezembro de 2006.

A Lei Municipal nº 2.442, de 24 de setembro de 2001 dispõe sobre a organização, composição e atribuições do Conselho Municipal de Turismo e apresenta os seguintes membros na sua fundação com direito a voto: ABAV, ABIH, ACIFI, AGETURFI, ATRIFI, CÂMARA MUNICIPAL, CONSEFI, COPET, FozTRANS, IBAMA, ICVB, INFRAERO, ITAIPU, FUNDAÇÃO PTI, PÓLO IGUAÇU, SEBRAE, SECHSFI, SHRBS, SINDETUR, SINGTUR, SMPU, SMTU, UDC, UNIOESTE⁷⁷.

Na mesma lei, verifica-se a mudança do poder de atuação do COMTUR de órgão apenas consultivo para consultivo, deliberativo e normativo com amplos poderes. No artigo 2º é mencionado que para atingir os objetivos o COMTUR deverá obedecer a um plano de desenvolvimento que apontará as ações estratégicas para atingir o fortalecimento das atividades turísticas e econômicas de Foz do Iguaçu, como também incentivar o estabelecimento de investimentos estaduais, nacionais e internacionais na região polo de Foz do Iguaçu.

⁷⁶ Sodré (2007) classifica o COMTUR, a Câmara de Turismo e o ICVB como representações de turismo, diferindo-as das estruturas de turismo que seriam os órgãos oficiais de gestão de turismo. Ao longo do texto já se discutiu sobre os dois primeiros. Sobre o ICVB, este passa a ser o responsável pela cobrança da Taxa de Turismo dos seus mantenedores - os meios de hospedagem, a partir de 2000, após a extinção da FOZTUR e a paralisação do COMTUR.

⁷⁷ ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagens; ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis; ACIFI - Associação Comercial e Empresarial de Foz do Iguaçu; AGETURFI - Associação dos Agentes de Viagens do Turismo Receptivo de Foz do Iguaçu; ATRIFI - Associação de Turismo Receptivo Internacional de Foz do Iguaçu; CONSEFI - Conselho Comunitário de Segurança de Foz do Iguaçu; COPET - Comissão Permanente de Turismo; FozTRANS - Instituto de Transportes e Trânsito de Foz do Iguaçu; IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis, ICVB - Iguassu Convention & Visitors Bureau; INFRAERO; FUNDAÇÃO PTI - Fundação Parque Tecnológico de Itaipu; PÓLO IGUAÇU - Instituto Polo Internacional Iguassu; SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; SECHSFI - Sindicato dos Empregados em Turismo e Hospitalidade de Foz do Iguaçu; SHRBS - Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Foz do Iguaçu; SINDETUR - Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Foz do Iguaçu, SINGTUR - Sindicato dos Guias de Turismo de Foz do Iguaçu e Costa Oeste, SMPU - Secretaria Municipal de Planejamento Urbano; SMTU - Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu; UDC - União Dinâmica de Faculdades Cataratas; UNIOESTE - Universidade Estadual do Oeste do Paraná.

Portanto, há indícios do relacionamento da Lei 2.442 que dispõe sobre o COMTUR com o PNMT tanto pelo período, uma vez que o PNMT vigorou de 1994 a 2001, quanto quando na referida alude-se às orientações de planos de desenvolvimento. Isto fica evidente novamente no artigo 3, inciso VII “elaboração, acompanhamento e revisão de planos de turismo a serem propostos pelo Município”.

Segundo o programa, o Fundo Municipal de Turismo deveria ser criado na segunda fase do PNMT, juntamente com o COMTUR, e o Fundo teria como objetivo concentrar recursos diversos para consolidar a atividade turística no município, devendo ser gerenciado por um consultor.

O primeiro fundo municipal de Foz do Iguaçu foi o Fundo de Desenvolvimento do Turismo (FUNDETUR), consoante a Lei Municipal nº. 1375, de 23 de dezembro de 1987, que autorizou o poder executivo a constituir tanto o fundo quanto a Empresa de Turismo de Foz do Iguaçu (FOZTUR). O artigo 1º destaca que o FUNDETUR tinha o objetivo de financiar a execução de projetos para a consolidação do município como polo de atração turística, incrementando o fluxo turístico, aumentando a permanência do turista e também a promoção e divulgação das potencialidades turísticas de Foz do Iguaçu.

O PDITS (2011), que ainda será analisado, ao fazer um levantamento da capacidade institucional dos municípios da área turística que envolve a região em que está localizada Foz do Iguaçu ressalta que este município possui tanto Órgão Municipal de Turismo, Conselho Municipal de Turismo, Plano de Turismo, Leis Municipais, Governança, como também um Fundo Municipal de Turismo. Acerca deste último, o PDITS (2011) ressalta que apenas 20% (três dos 20 municípios da Área Turística) possuem Fundo Municipal de Turismo e que este deveria ser planejado e instituído, pois é um relevante instrumento de incentivo ao desenvolvimento turístico local desde que gerenciado pelo COMTUR.

Este mesmo documento refere-se ao Fundo Municipal como uma conquista da integração entre o setor público e o setor privado - um esforço conjunto do *trade* turístico que conseguiu a oficialização da contribuição voluntária para a criação do Fundo de Desenvolvimento e Promoção Turística Iguaçu (FUNDO IGUAÇU), criado por meio da Lei Municipal nº 3585 de 17 de setembro de 2009, definido como:

Instituição jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, com estatuto próprio, gerida por um comitê gestor com a representação de: Instituto de Promoção Turística do Iguaçu – Convention, Itaipu Binacional, Fundação

Parque Tecnológico Itaipu – FPTI, Instituto Polo Iguassu, Sindicato de Hotéis, Restaurantes, bares e Similares de Foz do Iguaçu, – SHRBS, Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Paraná – ABIH/PR, Sindicato das Empresas de Turismo de Foz do Iguaçu, Associação Brasileira de Agências de Viagens do Paraná – ABAV/PR, Sindicato dos Guias de Turismo de Foz do Iguaçu e Municípios da Costa Oeste, Concessionária Cataratas do Iguaçu (participante associado especial). (PDITS, 2011, p. 147-148).

Em relação ao Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal, trata-se deste plano analisado - Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Foz Do Iguaçu (1996). Assim, vê-se que o trade turístico de Foz do Iguaçu, conseguiu ao menos no papel, aplicar as fases do PNMT no município, tendo reposicionado o COMTUR que havia sido criado na década de 1960, além da criação do Fundo Iguaçu e do plano analisado neste subitem.

Especificamente sobre este plano, sua ordem lógica de apresentação contém problemas e obstáculos que impediram a consolidação do turismo no município, mas também resultados alcançados, estratégias e metas a serem perseguidas. O quadro 11 apresenta alguns exemplos com o objetivo de analisar as questões relacionadas às discussões centrais desta tese.

Quadro 11 - Problemas, Obstáculos, Resultados, Estratégia e Metas

Problemas	Baixo compromisso da sociedade com o desenvolvimento do turismo; Deficiente atuação política institucional; Precariedade de infraestrutura e serviços turísticos; Infraestrutura urbana deficiente; Baixo aproveitamento dos atrativos turísticos.
Obstáculos	Gestão do plano; Comportamento dos dirigentes e lideranças para com a administração municipal; Comprometimento do setor privado; Integração do governo e sociedade.
Resultados	Valorização da atividade turística em nível mundial com reflexos locais; Cursos com entidades; Efetivação de parcerias; Descoberta do turismo; Criação de um programa de TV dirigido ao turismo; Fórum de Turismo; Conscientização da população; Formação de lideranças; Ações cooperadas; Iniciação do projeto Turismo na escola e Cartilha de turismo; infraestrutura e serviços turísticos; Participação do Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade; Infraestrutura urbana adequada ao turismo; Desenvolvimento de projetos de melhoria no Parque Nacional do Iguaçu, Participação em feiras regionais, nacionais e internacionais.
Estratégia	Sociedade com desenvolvimento do Turismo; Atuação político-institucional efetiva; Infraestrutura de serviços turísticos melhorados; Infraestrutura urbana adequada ao turismo.
Metas	Constituir no âmbito do COMTUR um grupo de trabalho para implementação de um programa de consciência turística, provendo recursos humanos, tecnológicos e financeiros necessários à conscientização acerca dos benefícios do Turismo nos níveis escolar, acadêmico, empresarial, político, comunitário, lideranças e

	formadores de opinião; Promover a conscientização turística na região da fronteira - grupo de trabalho tripartite; programas sociais de geração de emprego e renda para a população carente e de atendimento aos meninos de rua com base no desenvolvimento de atividades econômicas relacionadas ao turismo.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Elaborado por Welter (2021) baseado no Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Foz do Iguaçu - relatório de dezembro de 1996.

A partir do quadro 10, verifica-se que os problemas levantados nesta nova oficina são semelhantes aos levantados na oficina de 1994, mas que de forma inovadora, houve um processo de monitoramento do plano, observado por meio dos 'obstáculos', que inclusive oferece indícios de que o *trade* turístico não estava coeso ainda, revelando dificuldades da parceria público privada quando o comportamento das lideranças para com a administração municipal é enquadrado em 'obstáculos, assim como a própria gestão do plano foi considerada uma barreira.

Em 'Estratégias' fica evidente que a infraestrutura é um dos principais fatores estratégicos para a consolidação do turismo em Foz do Iguaçu, apesar de que o item 'Infraestrutura urbana adequada ao turismo' foi mencionado como um dos resultados alcançados.

No item 'Metas' procurou-se elencar grande parte das propostas relacionadas à conscientização turística da população. Ressalta-se que vários avanços foram realizados neste sentido, descrito no quadro 11 em 'Resultados', mas que ainda é um fator estratégico mencionado no plano, abrangendo vários atores: da comunidade escolar que já era citada nos planos anteriores, à formadores de opinião, até ultrapassando as fronteiras ao citar a criação de um grupo tripartite para a conscientização da comunidade fronteiriça.

Conclui-se, sobre este plano, que este foi um dos poucos documentos que apresentou resultados, comparando com as propostas anteriormente apresentadas. Ou seja, a partir dos problemas atuais e dos objetivos já alcançados, pôde-se refletir sobre quais pontos poderiam ser melhorados para estabelecer novas metas. No entanto, observa-se que há uma fetichização em relação à sensibilização, conscientização e qualificação da população e mão-de-obra prestadora de serviços turísticos, sendo o ponto mais observado neste plano, como já havia sido salientado na análise dos documentos anteriores.

4.9 A RETOMADA DO TURISMO (s/d)

O oitavo documento analisado intitula-se “A Retomada do Turismo” e foi desenvolvido pela ACIFI. O documento não possui data, mas há indícios no decorrer deste que foi escrito em 1996⁷⁸.

Os planos anteriores destacavam a vocação turística de Foz do Iguaçu e o quanto o turismo tinha potencial de ser um dos principais, senão o principal vetor de desenvolvimento econômico de Foz do Iguaçu. No presente documento os vetores de desenvolvimento destacados (diversas vezes) são o turismo e o comércio. O documento apresenta como principal freio de desenvolvimento econômico de Foz do Iguaçu o comércio em Ciudad del Este e aponta como solução a criação de uma Área de Livre Comércio em Foz do Iguaçu.

O documento descreve que uma das principais dificuldades econômicas enfrentadas naquele período em Foz do Iguaçu eram decorrentes da nova postura comercial dos importadores paraguaios, que após a implantação do MERCOSUL, passaram a efetuar suas compras de produtos nacionais diretamente dos estabelecimentos fabricantes, dispensando a intermediação das empresas exportadoras localizadas na fronteira; e a abertura do turismo brasileiro que passou a tornar mais atraente para a classe média viajar para o exterior do que praticar o turismo doméstico.

Sobre o comércio em Ciudad del Este, o documento faz duras críticas ao desequilíbrio fiscal no processo de exportação de produtos nacionais e de países terceiros para o Paraguai desonerados de tributos e que não eram tributados no Paraguai internamente. O documento indica que estes produtos adentravam no território brasileiro como bagagem acompanhada com isenção dos tributos e causavam concorrência desleal para os comerciantes de Foz do Iguaçu, mas que a indústria nacional de bens de consumo e o comércio em geral das grandes cidades brasileiras perdiam clientes para o mercado informal, uma vez que as mercadorias possuíam destinos diversos no Brasil.

⁷⁸ A data de criação do documento é incerta. No documento contém a sugestão de criação de um Polo Internacional, e o Instituto Internacional Polo Iguaçu foi criado em 09 de Julho de 1996. De outro lado, no documento consta uma pesquisa realizada em agosto de 1996 com depoimentos de empresários, educadores, trabalhadores formais e informais e outros entrevistados, o que leva a crer que este foi desenvolvido no decorrer de 1996 e possivelmente publicado entre o final de 1996 e início de 1997.

Segundo o documento, as tentativas de coibir essa prática por meio de fiscalização na fronteira gerou protestos dos consumidores destes produtos - do governo paraguaio e de inúmeras autoridades locais estaduais que temiam o fim deste comércio sem outra atividade que o substituísse. Desta forma, sugere-se no documento, a criação de uma Área de Livre Comércio em Foz do Iguaçu para possibilitar as mesmas condições de competição aos comerciantes locais, almejando os seguintes resultados positivos: desenvolvimento do turismo e a criação de um polo de desenvolvimento na região.

Em relação ao turismo, o documento ressalta o seu poder de geração de divisas, tendo contribuído no período, com 200 milhões de dólares gastos na cidade, na oferta da prestação de serviços, gastronomia, transporte, dentre outros e que a falta de controle e ordenamento do comércio fronteiriço gerava grande insatisfação e contrastava com o potencial de desenvolvimento da região relacionado ao turismo.

O documento não cita fontes, mas afirma que “há um claro sentimento de que **o turista mesmo** se sente constrangido em se juntar à massa que compõem o turismo de compras” (A RETOMADA DO TURISMO, 1996?, s/p, *grifo nosso*) e qualifica o comércio de Ciudad del Este como desorganizado, com infraestrutura de serviços básicos deficiente e segurança precária. Observa-se o indício de hierarquização entre turistas e compristas, sendo estes últimos rechaçados, devendo ser evitados para não prejudicar o tipo de turismo que se desejava desenvolver no município.

Assim como os demais documentos já analisados, este contém, além de uma extensa problemática sobre o comércio de Ciudad del Este, um diagnóstico de Foz do Iguaçu. No item ‘Outros aspectos da realidade econômica de Foz do Iguaçu’ cita que a fronteira dispõe de um aeroporto internacional e infraestrutura hoteleira, incluindo Ciudad del Este e Puerto Iguazú - indícios de que a fronteira e seus atributos são utilizados conforme convêm pelos atores locais, ora Ciudad del Este é vista como ameaça ao comércio de Foz do Iguaçu, ora sua infraestrutura é agregada à de Foz do Iguaçu para ressaltar o potencial turístico de Foz do Iguaçu. É junto, mas é separado.

Após o diagnóstico, o documento cita as fases pelas quais passariam o processo de criação da Área de Livre Comércio até a sua completa consolidação. No primeiro momento, juntamente com a Área de Livre Comércio seria criada a contribuição compulsória de 3% do valor das mercadorias importadas para formar um

fundo de desenvolvimento destinado a financiar atividades turísticas e implantação de indústrias para aproveitamento de recursos da região. No segundo momento seriam necessários esforços diplomáticos para harmonizar a política de administração das Áreas de Livre Comércio existentes nos dois lados da fronteira. E no terceiro momento, assim que os investimentos industriais de turismo estivessem gerando empregos a nível satisfatório, ambas as Áreas de Livre Comércio poderiam ser submetidas a uma redução gradual dos incentivos até a sua extinção total.

Observa-se, a partir destes processos, a estratégia de conexão entre o comércio e o turismo, por meio da criação da Área de Livre Comércio⁷⁹ que privilegiaria Foz do Iguaçu e a contribuição compulsória que seria utilizada para financiar o setor turístico e industrial. Isto fica evidente novamente em um trecho do documento que afirma que Foz do Iguaçu era composta por uma região com elementos desconectados entre si: turismo, comércio, sistema de comunicação, energia e Área de Livre Comércio e que era necessário criar uma nova "consciência coletiva", em que os envolvidos se sentissem membros de uma mesma unidade.

Este símbolo representativo da integração das três nações poderia ser uma nova entidade, capaz de articular o emaranhado de pontos e iniciativas, vinculados à ideia de progresso e poderia ser chamada: Instituto Polo Internacional Iguaçu, segundo o documento. Assim, surge a ideia da criação do Instituto Polo Internacional Iguassu⁸⁰, fundado em 09 de julho de 1996.

Além desta proposta, o documento apresenta projetos prioritários, de iniciativa do governo estadual, e projetos de iniciativa do governo municipal que deveriam ser realizados. Dentre os projetos prioritários, destacam-se o Projeto Costa Oeste, para criação de infraestrutura para sediar os Jogos Mundiais da Natureza que se realizaria

⁷⁹ Até 2021 a Área de Livre Comércio não foi efetivada, uma vez que está em tramitação por meio do Projeto de Lei nº 58 de 2018, proposto pelo Senador Roberto Requião. Porém, um atalho foi possível, a partir de 2012 por meio da Lei nº 12.723 que passou a autorizar a instalação de lojas francas para venda de mercadoria nacional ou estrangeira com pagamento em moeda nacional ou estrangeira. A normatização da lei se deu em 2018, a qual instaurou o regime tributário específico voltado para o desenvolvimento de cidades gêmeas brasileiras, como é o caso de Foz do Iguaçu. Em 2016 a Lei Municipal nº 4.459 de 03 de junho dispôs sobre a instalação de lojas francas em Foz do Iguaçu, conforme regime aduaneiro previsto na Lei Federal nº 12.723 que o município criaria um Grupo Técnico para regulamentar os horários de funcionamento, análise de projetos, definição de zonas de instalação em conformidade com a legislação municipal. A primeira loja franca, também chamada de "free shop" foi inaugurada em 2020.

⁸⁰ O Polo Iguassu descreve em seu website a seguinte missão: "Atuar de forma integrada nas áreas de gestão, educação e pesquisa em turismo, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social sustentável, em âmbito nacional e internacional, especialmente na Região Trinacional do Iguassu". Disponível em: <https://poloiguassu.org/missao-visao-e-valores/>. Acesso em 07 de Fev. 2021.

em outubro de 1997, a criação da Universidade das Américas para promover ensino técnico, e a construção de um portal na entrada da cidade para proporcionar melhor atendimento ao turista, fiscalizações, etc.

Em relação aos projetos de iniciativa do governo municipal, destacam-se a criação de infraestrutura, criação de calendário de eventos e estímulo fiscal às atividades de hotelaria para recuperação e manutenção.

Conclui-se que a retomada do turismo estava relacionada ao desejo de criação de Área de Livre Comércio que subsidiaria financeiramente o desenvolvimento de um turismo que selecionaria seus visitantes, sendo rechaçado o visitante que utiliza Foz do Iguaçu como passagem, que ia a Ciudad del Este para fazer compras e retornava ao seu destino geralmente no mesmo dia.

Além do que já foi observado - que a fronteira ora é vista como ameaça (com proposta de fiscalização na entrada da cidade) ou competição (comércio de Ciudad del Este), ora é vista como fator que integra a infraestrutura turística receptiva de Foz do Iguaçu. Ademais, as antigas propostas voltam a figurar neste documento: melhoria ou ampliação da infraestrutura, cursos técnicos para qualificação de mão-de-obra, criação de calendário de eventos para atrair fluxos na baixa temporada e estímulo fiscal para o setor hoteleiro, indicando mais uma vez o privilégio deste setor em Foz do Iguaçu, digno de políticas públicas para sua continuidade, segundo o documento.

4.10 LEI COMPLEMENTAR Nº 115 DE 09/10/2006 - CRIAÇÃO DO PLANO DIRETOR DE FOZ DO IGUAÇU

A Lei complementar nº 115 foi criada na gestão do ex-prefeito Paulo Mac Donald Ghisi e gestão do ex-secretário municipal de planejamento urbano Fábio Hauagge do Prado. A gestão participativa, a preservação e o estímulo de atividades culturais e de lazer e a preservação e proteção do meio ambiente são apontados como relevantes para esta gestão municipal.

A gestão participativa popular é citada no Artigo 5, inciso VIII da referida lei, que discorre sobre a função social da cidade: “gestão democrática participativa, integrada, compartilhada e descentralizada, com estímulo à participação da população nos processos de decisão, planejamento e gestão do desenvolvimento territorial” e no Art. 18, inciso XI, que trata das estratégias para a execução da política de desenvolvimento socioeconômico: “garantir participação popular na definição das

políticas de saúde, educação, cultura, esporte, lazer, meio ambiente e demais políticas públicas”.

A ênfase na participação popular tinha ficado mais evidente no Plano de Desenvolvimento Integrado (1992), voltando a ser sublinhada neste documento. Mesmo tendo sido uma década depois, ainda precede a Lei de Turismo nº 11.771 de 2008, reafirmada apenas no PNT 2018-2022, conforme discorrido no terceiro capítulo.

Todavia, neste estudo, o envolvimento popular a partir do desenvolvimento em escala humana baseado na satisfação das necessidades humanas fundamentais (MAX-NEEF, 1986) baseada na democracia participativa (DUSSEL, 2007;2011) tem sido apontado como um dos principais caminhos para mitigar os efeitos negativos do turismo de massa, como especulação imobiliária e segregação socioespacial, degradação patrimonial, mumificação da cidade e do patrimônio, espetacularização da cultura, massificação e conseqüente desrespeito aos ritmos pessoais dos indivíduos, fetichização do turismo, estereotipização, etc (MENESES, 1996).

Assim, acredita-se que o povo precisa ser envolvido - ser o protagonista nos processos democráticos em todas as instâncias para que possa ter suas demandas atendidas, sejam elas sociais, culturais e de lazer ou ambientais.

A preservação do meio ambiente e do patrimônio cultural são citados no Art. 8º, inciso III da lei analisada, que trata sobre a função social da propriedade urbana: “à preservação, à proteção e à recuperação do meio ambiente e do patrimônio cultural, histórico, paisagístico e arqueológico, compatíveis com a segurança e saúde de seus usuários e das propriedades vizinhas”; e no Art. 24 que trata da implantação do Sistema de Gestão Ambiental que deverá definir políticas para a promoção do planejamento sustentável de bens de interesse de proteção e preservação ambiental, articulando com o patrimônio cultural e natural.

Já as atividades de lazer e convivência são citadas no Art.22, incisos IV e V da lei, em que discorre sobre a necessidade de monitorar a distribuição, capacidade e qualidade dos equipamentos de lazer e cultura e a readequação dos espaços públicos para incentivar a convivência cidadã.

O turismo é citado no Art. 18, inciso IV, como estratégia para a consecução da política de desenvolvimento socioeconômico: “fortalecer e desenvolver linhas de pesquisa dando ênfase às áreas de turismo e de ciência e tecnologia” - indícios de que o turismo continua sendo uma das apostas para o desenvolvimento econômico e social de Foz do Iguaçu.

Apesar de citar a necessidade da preservação do meio ambiente e do patrimônio natural e cultural, a lei não vincula estes com o desenvolvimento do turismo, sendo este um dos apontamentos citados por Barreto (2005), que frisa a relevância do planejamento turístico participativo envolvendo todos os setores da sociedade e, principalmente a conjugação de políticas socioeconômicas, culturais e ambientais.

4.11 PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL (2011)

O décimo primeiro documento analisado é o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS), elaborado em 2011 pela Secretaria de Estado do Turismo do Paraná⁸¹, atrelado ao Regulamento Operacional do Programa de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR Nacional, criado em 2008 pelo MTUR. Trata-se, segundo o documento, de uma revisão do PDITS de 2004.

O documento cita logo no início que o processo de elaboração seguiu o princípio do planejamento participativo, envolvendo empresários, secretários e funcionários municipais de turismo - indícios de que o 'planejamento participativo' considerou apenas estes atores selecionados, sem amplo envolvimento da população.

O plano delineou diversos objetivos, sendo o principal a orientação do crescimento do turismo de forma sustentável a curto, médio e longo prazos.

O objetivo geral residia em aumentar o número de turistas recebidos em Foz do Iguaçu em 25%, aumentar o tempo de permanência do turista de 4,5 dias para 5,5 dias, aumentar o gasto diário em 15% e aumentar o grau de satisfação do turista em 10%. As estimativas foram baseadas nas informações sobre a demanda turística de 2008 da Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu. Estes objetivos indicam, pela primeira vez até então, que havia dados concretos sobre a demanda turística de Foz do Iguaçu e que apesar de perseguir o antigo objetivo de consolidação do turismo no município, as estimativas de crescimento estavam amparadas em dados previamente coletados.

⁸¹ Apesar de ter sido elaborado por um órgão estadual, o documento possui propostas e ações específicas para Foz do Iguaçu. Desta forma, se enquadra no recorte desta pesquisa.

Os objetivos específicos estavam divididos em curto prazo (cinco anos): i) melhorar e ampliar a atratividade e a oferta de equipamentos, serviços e infraestrutura turística do polo; e ii) fortalecer a gestão turística integrada e competitiva do polo; médio prazo (10 anos): i) conhecer, comunicar, promover e comercializar o turismo no polo de forma eficiente e eficaz, e ii) promover a conservação dos ambientes atuais e potenciais de utilização turística; e longo prazo (15 anos): i) melhorar e ampliar a infraestrutura e serviços básicos dos municípios do polo direta ou indiretamente utilizados ou impactados pelo atual e futuro fluxo turístico; e ii) minimizar os impactos advindos do desenvolvimento turístico sobre o meio ambiente.

Os objetivos relacionados aos indicadores de fluxo de turistas, gasto médio de permanência devem-se à queda que estes tiveram após o atentado às Torres Gêmeas em 2011, segundo o documento.

Foram indicadas como ações prioritárias potenciais para o desenvolvimento do turismo, o turismo náutico no Lago de Itaipu, além de outros produtos de grande relevância já existentes, relacionados ao segmento de ecoturismo e aventura como o Macuco Safari e outros produtos localizados dentro do Parque Nacional do Iguaçu, sendo este o segmento mais desenvolvido, dada à existência das Cataratas do Iguaçu.

É no segmento Sol e Praia que o lago de Itaipu e suas praias lacustres são citados como grande potencial para o aumento do fluxo turístico, pois existiam ainda, conforme é apontado no documento, muitos atrativos emergentes ou não explorados em todo o seu potencial - vestígios da observação de estudos de demanda turística que apontam o Turismo de Sol e Praia uma das maiores motivações de viagem escolhida pelos turistas que viagem a lazer.

Os atrativos localizados do outro lado da fronteira, no Paraguai e na Argentina são destacados como relacionados ao segmento cultural, pelo fato de gerarem um fluxo de turistas interessados em compras e jogos de azar.

No que diz respeito às carências identificadas, o acesso via BR-277 é citado, salientando a necessidade da duplicação para o recebimento de turistas oriundos de Curitiba e São Paulo, sendo o trecho entre Santa Tereza do Oeste e Medianeira um dos mais perigosos do estado do Paraná.

Os acessos internacionais são citados também, com críticas sobre a burocracia aduaneira, o tráfego intenso e a má conservação das estruturas físicas das pontes e de seu entorno, principalmente na Ponte da Amizade, além dos trevos

de acesso à Foz do Iguaçu e a infraestrutura viária interna do município, o terminal rodoviário e o aeroporto internacional de Foz do Iguaçu são citados como carentes de melhorias para adequação à demanda existente.

O documento apresenta um diagnóstico que cita a infraestrutura urbana como abastecimento de água, tratamento de esgoto, energia elétrica, coleta de resíduos, sistemas de comunicação, saúde, ensino e segurança pública.

Sobre este último, o documento ressalta que a segurança pública continua apresentando problemas, mesmo com os altos investimentos dos governos estadual e federal, o tráfico e o contrabando não deixam de ser uma ameaça ao desenvolvimento turístico, o que reitera a reclamação feita no documento 'A Retomada do Turismo (1996?) em relação ao turismo de compras, mesmo esta atividade tendo movimentado durante vários anos meios de hospedagens e comércio na região da Ponte da Amizade.

No que diz respeito ao turismo, o documento faz um diagnóstico bem abrangente e, por se tratar de um dos documentos com diagnóstico turístico mais completo e mais atualizado ao qual obteve-se acesso para esta tese, optou-se por resumir-lo.

O turismo teve uma queda no fluxo em mais de 40% na década de 1990, tendo tido uma recuperação apenas a partir de 2003, com uma média de crescimento entre 2000 e 2009 de 11,59% ao ano, contabilizando um acúmulo acima de 170%, que representava um aumento de 1.952.974 visitantes, passando de pouco mais de um milhão de visitantes em 2000, para mais de três milhões em 2009. Vale lembrar que neste período começaram diversas operações para coibir o contrabando e descaminho de produtos importados oriundos do Paraguai que adentravam no Brasil via Foz do Iguaçu, tendo sido assim responsáveis pela queda do fluxo turístico.

O documento atribui aos seguintes fatores a retomada do fluxo turístico em Foz do Iguaçu a partir de 2003: a estabilidade econômica do Brasil, o aumento do turismo regional e o reflexo da estruturação do destino. Sobre este último, é mencionada a notoriedade do destino pela conquista do título de cidade mais bem estruturada para receber turistas no país, segundo o Estudo de Competitividade realizado pelo Ministério do Turismo (2008), além de Foz do Iguaçu ter obtido o melhor desempenho nacional nos quesitos acesso, serviços e equipamentos turísticos, marketing e promoção do destino, capacidade empresarial e aspectos ambientais, entre as não capitais. Estes resultados teriam sido proporcionados por parcerias estratégicas entre

entidades como: Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu, Itaipu Binacional, Convention & Visitors Bureau, Conselho Municipal de Turismo e a participação no Fórum Regional de Turismo, o que indica algumas das entidades envolvidas no que ficaria conhecido como a gestão integrada do turismo de Foz do Iguaçu, criada em 2009.

É mencionado ainda o aumento do acesso por via aérea em substituição à via rodoviária e, mesmo com a adoção de política de cobrança de ingresso na Itaipu Binacional, uma vez que anteriormente era gratuita, e com aumento do valor do ingresso no Parque Nacional, este último voltou a ter crescimento do número de visitantes a partir de 2003. Houve um pequeno retrocesso do fluxo de visitantes entre o final de 2008 e início de 2009 devido à crise econômica mundial de 2009, agravado pela gripe Influenza A (H1N1). Porém, é analisado no documento que entre 2000 e 2008, houve um desenvolvimento acelerado e progressivo do número de visitantes no destino.

Em relação à demanda internacional, houve um crescimento contínuo, segundo o documento, tendo como principal emissor de turistas internacionais a Argentina, responsável por 42,4% da demanda. Em relação ao destino doméstico o maior emissor é o próprio estado do Paraná com 42,9%, seguido dos estados de São Paulo (12,2%) e de Santa Catarina (8,4%).

Estes números revelam que Foz do Iguaçu possui uma demanda regional e isso se confirma com os dados sobre o meio de transporte, descritos no documento, em que 75,5 dos visitantes utilizaram a via terrestre (automóvel ou ônibus) para se deslocar para Foz do Iguaçu em 2008. Quanto ao modo de viajar, há predominância de viagens em família, sendo a hospedagem em hotelaria o mais escolhido, seguido da casa de parentes/amigos, com destaque para o crescimento do número de pousadas (100%) entre 2005 e 2009, enquanto os hotéis tiveram um crescimento inferior a 10% no mesmo período.

Em relação ao motivo de viagem, o documento ressalta que os turistas que viajam a negócios ou eventos possuem um perfil diferente dos que viajam a lazer, uma vez que em sua maioria utilizam o transporte aéreo e são provenientes de destinos mais distantes. Destaca, ainda, que Foz do Iguaçu é o 2º destino internacional mais visitado por estrangeiros que viajam a lazer, atrás do Rio de Janeiro apenas, pontuando que este segmento é a 'vocação' do destino.

Sobre as fontes de informações e compra de viagens, o documento destaca que com o advento e popularização da internet, as agências de viagens passaram a

ser fontes de informações para organização própria pelos turistas de seus pacotes de viagens.

Fica evidente a qualidade da infraestrutura turística de Foz do Iguaçu e hospitalidade quando se observa que o nível de satisfação dos turistas é classificado como boa tanto por turistas domésticos quanto internacionais. Destacaram-se positivamente os atrativos Parque Nacional do Iguaçu, Itaipu e Parque das Aves, e os atrativos com menores índices foram o Bosque Guarani, o Templo Budista e o Marco das Três Fronteiras (que ainda não tinha sido revitalizado).

A boa qualificação do destino influencia na decisão de retorno dos turistas. Em relação aos turistas estrangeiros a intenção de retorno foi de 94,1% em 2008, inclusive apenas 46,8% dos turistas estrangeiros visitaram o destino pela primeira vez naquele ano. O índice de retorno dos turistas domésticos foi ainda maior, com 62% para turistas e 72% para excursionistas, sendo ainda superior entre os paranaenses (83% turistas e 92% excursionistas).

Estas taxas de retorno refletem a fidelização do destino, segundo o documento, tendo sido acrescentado que houve uma mudança de 2001 para 2008 em relação à consideração dos visitantes acerca de Foz do Iguaçu como uma cidade turística, em que em 2001 apenas 22,65% a consideravam turística, enquanto que em 2008 este percentual aumentou para 74,1%.

O documento salienta que estes resultados positivos do destino se devem à consolidação da imagem do destino nacional e internacionalmente, fruto de ações de mídia e de mercado conjuntas, e cita as seguintes ações:

- Participação conjunta em feiras, exposições, *road shows*, workshops, seminário de vendas e eventos especializados;
- Ações em shopping centers das principais cidades emissoras;
- Campanha “Foz do Iguaçu Destino do Mundo” que consistiu na divulgação dos atrativos turísticos;
- Campanha “Vote Cataratas” que consistiu na criação de um comitê oficial da candidatura das Cataratas do Iguaçu a uma das Sete Maravilhas da Natureza, competição mundial liderada pela Organização não-governamental suíça New 7 Wonders;
- “Temporada Boa em Foz do Iguaçu” que visava melhorar a taxa de ocupação hoteleira na baixa temporada, aumentando a permanência do visitante;

Por ações 'conjuntas' remete-se ao *trade* turístico de Foz do Iguaçu, formado por organizações empresariais que atuam no desenvolvimento turístico local, onde todas as decisões sobre os rumos do turismo no município são tomadas, conforme fica evidente na afirmação a seguir:

Foz do Iguaçu conta com a presença de importantes e atuantes organizações empresariais de alcance nacional, nos setores de âmbitos local e regional, grande parte delas com participação efetiva no Fórum de Governança Local, o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, constituído por ferramenta jurídica que lhe dá respaldo consultivo. Também é deliberativo e por ele passam todas as decisões e ações públicas em prol do turismo na cidade (PDITS, 2011, p.114).

O documento considera que as ações conjuntas envolvendo o *trade* turístico foram responsáveis pela consolidação do destino, mas salienta que ainda existem atrativos que são pouco explorados e outros com grande potencial, como o aproveitamento do Lago de Itaipu e das reservas ambientais, sobretudo os parques nacionais, além de melhorias nos atrativos que tiveram qualificação "regular" pelos turistas, em especial o Marco das Três Fronteiras.

Com o objetivo de diagnosticar os atrativos efetivos e potenciais, foi realizada uma análise no documento, formando um colegiado composto por empresários e executivos do mercado turístico local e representantes técnicos do Instituto Polo Internacional Iguassu, citados como detentores de experiência em planejamento e mercado turístico - sinais da priorização dos conhecimentos técnicos para o desenvolvimento do plano.

A comunidade é citada como um instrumento, tal qual a coleta de dados em *websites*, pesquisa em classificados, consulta a marcos conceituais do Ministério do Turismo, entrevistas com empresários e executivos da área de turismo. É mencionado o apoio local por meio da opinião de líderes comunitários para conhecer o grau de interesse da comunidade local para o desenvolvimento turístico. Infere-se que a comunidade é ouvida em uma das etapas do desenvolvimento do plano, não de forma contínua. Do ponto de vista positivo, é citado que a comunidade foi ouvida quanto ao desenvolvimento do turismo, conforme citado por Barreto (2005) a comunidade deve ser inserida e se pronunciar se quer ou não o desenvolvimento turístico em sua localidade.

Em relação aos atrativos turísticos existentes, o documento apresenta um quadro com a distribuição geográfica dos 150 atrativos existentes na Área Turística

que inclui 20 municípios⁸², por segmento e mercado, além dos resultados da classificação. No quadro 12 são apresentados os resultados de Foz do Iguaçu.

Quadro 12 - Detalhamento dos Atrativos por Segmento e Pontuação

Atrativo	Segmento	Efetivo	Potencial	Pontuação
Parque Nacional do Iguaçu	Ecoturismo	x		26
Cataratas do Iguaçu	Ecoturismo	x		26
PTI - Memorial do Barrageiro	Turismo Cultural	x		19
Ecomuseu de Itaipu	Turismo Cultural	x		19
Ñandeva	Turismo Cultural	x		18
Marco das Três Fronteiras	Turismo Cultural	x		15
Ponte da Fraternidade	Turismo Cultural	x		13
Igreja Matriz São João Batista	Turismo Cultural	x		11
Ponte da Amizade	Turismo Cultural	x		10
Templo Budista	Turismo Cultural	x		10
Espaço das Américas	Turismo Cultural		x	11
Mesquita Muçulmana	Turismo Cultural		x	10
UNIOESTE- Campus de Foz	Turismo Cultural		x	10
Centro Artesanal e Turístico	Turismo Cultural		x	10
Macuco Safari	Turismo de Aventura	x		21
Floating (Cânion Iguaçu)	Turismo de Aventura	x		17
Arvorismo (Cânion Iguaçu)	Turismo de Aventura	x		17
Rafting (Cânion Iguaçu)	Turismo de Aventura	x		17
Rapel (Cânion Iguaçu)	Turismo de Aventura	x		17

⁸² Municípios da Área Turística: Foz do Iguaçu, Santa Terezinha do Itaipu, São Miguel do Iguaçu, Itaipulândia, Santa Helena, Entre Rios do Oeste, Pato Bragado, Marechal Cândido Rondon, Guaíra, Diamante do Oeste, Medianeira, Mercedes, Missal, Ouro Verde do Oeste, Ramilândia, Santa Tereza do Oeste, São José das Palmeiras, São Pedro do Iguaçu, Terra Roxa e Vera Cruz do Oeste.

Escalada em rocha (Cânion Iguaçu)	Turismo de Aventura	x		17
Wakeboard (Foz ecoaventura)	Turismo de Aventura	x		17
Ski-Boia (Foz ecoaventura)	Turismo de Aventura	x		17
Arroio Guaçu	Turismo de Aventura	x		16
Itaipu - Circuito Especial	Turismo Técnico-científico ou artístico	x		25
Itaipu - Visita Panorâmica	Turismo Técnico-científico ou artístico	x		25
Itaipu - visita Institucional	Turismo Técnico-científico ou artístico	x		25
Itaipu - Iluminação da Barragem	Turismo Técnico-científico ou artístico	x		23
Parque das Aves	Turismo Técnico-científico ou artístico	x		20
Itaipu - Refúgio <i>Bella Vista</i>	Turismo Técnico-científico ou artístico	x		18
Itaipu - canal da Piracema	Turismo Técnico-científico ou artístico	x		18
Polo Astronômico - PTI	Turismo Técnico-científico ou artístico	x		17
Subestação de Furnas	Turismo Técnico-científico ou artístico	x		15
PTI - Parque Tecnológico Itaipu	Turismo Técnico-científico ou artístico		x	17
Usina do Rio São João	Turismo Técnico-científico ou artístico		x	12
Orquidário da Tribo	Turismo Técnico-científico ou artístico		x	12
Recanto dos Cactos	Turismo Técnico-científico ou artístico		x	12
Zoológico Bosque Guarani	Turismo Técnico-científico ou artístico		x	11
Passeio do Porto Canoas	Turismo Náutico	x		19
Kattamaram	Turismo Náutico	x		17
Iguaçu Explorer	Turismo Náutico	x		12
Lago de Itaipu	Turismo Náutico		x	19

Terminal Turístico Três Lagoas	Turismo Sol e Praia	x		16
Acquamania	Turismo Sol e Praia	x		15
Macuco Safari	Turismo de Pesca Esportiva	x		21
Prova Pesca ao Dourado	Turismo de Pesca Esportiva	x		17
CEAEC	Turismo de Estudo e Intercâmbio		x	20
Canal das Águas Bravas (Itaipu)	Turismo de Esportes		x	14
Encontro Cultivando Água Boa	Turismo de Negócios e Eventos	x		22
Festival de Turismo das Cataratas	Turismo de Negócios e Eventos	x		20
FozHair International	Turismo de Negócios e Eventos	x		19
FIEP - Congresso Mundial de Ed. Física	Turismo de Negócios e Eventos	x		16
Concurso do Dourado Assado	Turismo de Negócios e Eventos	x		16
Convenção FACIAP	Turismo de Negócios e Eventos	x		14
FARTAL	Turismo de Negócios e Eventos	x		13
Carnafalls	Turismo de Negócios e Eventos	x		13
Maratona Internacional de IGU	Turismo de Negócios e Eventos	x		13
Marcha para Jesus	Turismo de Negócios e Eventos	x		11
Congresso Evangélico	Turismo de Negócios e Eventos	x		10
FERNARTEC	Turismo de Negócios e Eventos	x		10
Meia Maratona das Cataratas	Turismo de Negócios e Eventos		x	16
Coral de Natal Dinâmica	Turismo de Negócios e Eventos		x	14
Festival de Teatro de IGU	Turismo de Negócios e		x	12

	Eventos			
Cataratas Motorcycle	Turismo de Negócios e Eventos		x	12
Exposição Nacional de Orquídeas	Turismo de Negócios e Eventos		x	11
Feira Antiquarium	Turismo de Negócios e Eventos		x	11
Expoflor	Turismo de Negócios e Eventos		x	11
Semana do turismo	Turismo de Negócios e Eventos		x	11
Dia das Cataratas	Turismo de Negócios e Eventos		x	11
Cavalcada do Santo Expedito	Turismo de Negócios e Eventos		x	9

Fonte: Elaborado por Welter (2021) baseado em PDITS (2011).

Segundo análise realizada no documento, o segmento potencial com maior destaque na Área Turística é o turismo cultural. Porém, como pode ser verificado no Quadro 12 ao isolar Foz do Iguaçu da análise, o segmento com maior potencial é o de Turismo de negócios e eventos.

Em relação à pontuação, esta foi atribuída pelos desenvolvedores do plano com base no grau de uso atual, representatividade, apoio local e comunitário, estado de conservação da paisagem circundante, infraestrutura e acesso, tendo alcançado as maiores pontuações os atrativos efetivos mais consolidados, localizados no Parque Nacional do Iguaçu, Itaipu Binacional e Parque das Aves. Em relação aos atrativos potenciais com maior pontuação, destacam-se o Centro de Altos Estudos da Conscienciologia (CEAEC) e o Lago de Itaipu, o que reforça a aposta do destino no aproveitamento das águas como produto turístico, além do turismo de estudo e intercâmbio, conforme categoria e subsequente classificação apontada no documento.

O turismo rural apresentou-se como forte potencial para os demais municípios da Área Turística, mas não para Foz do Iguaçu - indícios de que a aposta no ecoturismo sempre foi maior e mais desenvolvida no município, além das grandes perdas territoriais que Foz do Iguaçu teve ao longo das últimas décadas, como já mencionado nesta tese.

Ressalta-se que o documento faz uma análise mais complexa atribuindo pontuação de atrativos efetivos e potenciais dividindo-os em internacional, nacional e regional que não é o foco desta análise, mas vale ressaltar que uma das conclusões acerca dos atrativos culturais de Foz do Iguaçu, é que apenas quatro foram classificados como de interesse local e regional: Memorial do Barrageiro, o Ecomuseu, o Projeto de Artesanato Ñandeva e o Marco das Três Fronteiras.

O documento contém um diagnóstico bem completo sobre o turismo, contendo, inclusive uma Análise SWOT⁸³ em que são levantados pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças para cada componente diagnosticado e são apontadas as estratégias e as ações a serem realizadas para mitigar os pontos fracos ou aproveitar as oportunidades, conforme pode ser observado no Quadro 13.

Quadro 13 - Análise SWOT, Estratégias e Ações

Componente 1 - Estratégia de produto turístico	
Estratégia: Melhorar e ampliar a diversificação e integração dos atrativos turísticos do polo, com foco nos segmentos do turismo náutico e do ecoturismo.	
Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> -Incremento de 255% no número de visitantes brasileiros a Foz do Iguaçu entre 2000 e 2008; -Aumento do gasto médio diário individual em Foz do Iguaçu, com destaque aos estrangeiros; -Altos índices de retorno e satisfação. 	<ul style="list-style-type: none"> -Alguns atrativos pouco valorizados pela população e turistas; -Insuficiência de conhecimento dos impactos gerados pelo turismo na região; -Comunidade com dificuldade de entendimento de como opera a cadeia produtiva; -Corredores turísticos com malha asfáltica em deterioração e ausência de projetos de paisagismo; -Sinalização Turística inexistente ou deficiente; -Serviços de transporte turístico inexistente ou ineficiente; -Má conservação de alguns atrativos; -Áreas urbanas e fronteiriças deterioradas; -Administração familiar de estruturas de apoio turístico.
Ameaças	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> -Uso excessivo dos atrativos, em função de aumento do fluxo desprovido de prévio planejamento, com consequente degradação ambiental; 	<ul style="list-style-type: none"> -Mercado turístico revela novos padrões de consumo e motivações, privilegiando destinos que ofereçam experiências diversificadas e com elevado grau de autenticidade e qualidade ambiental;

⁸³ SWOT, do inglês: Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats que significam: Forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

- Enfraquecimento dos empreendimentos locais em função da vinda de grandes redes;
- Dificuldade de implantação de atividades de ecoturismo em função de aspectos legais e ambientais diferenciados devido a legislações específicas da Itaipu Binacional;
- Despreparo e desarticulação do setor empresarial local poderá gerar uma competição interna predatória e diminuir a qualidade do serviço prestado ao turista;
- Predominância mundial por viagens mais curtas, podendo reduzir demanda em relação ao mercado internacional;
- Imagem relacionada à violência e contrabando na área de fronteira;
- Aumento do turismo doméstico em decorrência do incremento dos preços dos destinos internacionais em um cenário econômico de desvalorização cambial;
- Demanda internacional crescente por produtos relacionados à natureza, ecoturismo e aventura;

Ações: Revitalização do Marco das Três Fronteiras; Projetos de reurbanização e requalificação da área central de Foz do Iguaçu; Estudo para promover o desenvolvimento de roteiros de integração turística regional; Construção de Centro de Atendimento e Recepção ao Turista; Estudo para estabelecer as condições de concessão e utilização do Centro de Convenções de Foz do Iguaçu.

Componente 2 - Estratégia de comercialização

Estratégia: Coordenar os esforços de promoção e comercialização do turismo no polo, posicionando-o de forma específica frente aos competidores.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> -Desenvolvimento de campanha com comunicação visual unificada; -Existência de Instância de Governança regional ativa que facilita o planejamento integrado de marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> -Dificuldades do trade turístico dos Municípios Lindeiros para a definição e implementação de uma estratégia de promoção turística integrada; -Iniciativas isoladas de divulgação, promoção e comercialização dos produtos e atrativos turísticos.
Ameaças	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> -Mudanças mais constantes e aumento da expectativa da demanda. 	<ul style="list-style-type: none"> -Incremento do grau de informação sobre produtos e serviços turísticos, como a internet

Ações: Elaboração de um Plano de Marketing Integrado para o polo;

Componente 3 - Fortalecimento institucional

Estratégia: Fortalecer e qualificar a gestão turística de forma integrada e competitiva.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> -Existência de 2 instâncias de Governança Regional ("Fórum de Turismo Sustentável Cataratas e Caminhos" e Adeturoeste), favorecendo a parceria público privada (PPP) para ações conjuntas; -Existência de estrutura administrativa consolidada (Secretaria, Conselho, Plano, 	<ul style="list-style-type: none"> -Falta de efetivação prática dos Planos Diretores Municipais; -Ausência de centro de inteligência turística regional;

Fundo Municipal de Turismo) no centro receptivo principal (Foz do Iguaçu)
 -Organizações como SEBRAE e SENAC, de qualificação continuada de mão de obra
 -Participação popular no processo de discussão dos Planos Diretores Municipais

Ameaças	Oportunidades
-Deficiências para gerir as ações planejadas em parceria.	-Existência de estrutura organizacional do Estado do Paraná, com Política Estadual de Turismo em consonância com a Política Nacional de Turismo; -Articulação/planejamento/fomento e gestão da atividade turística por meio do Programa de Regionalização do Turismo; -Crescimento da conscientização da sociedade sobre os benefícios do turismo, bem como as exigências do mercado em relação aos destinos.

Ações: Fortalecimento da Instância de Governança Regional; Criação de Núcleo de Pesquisa em Turismo; Criação e execução de um programa de educação turística no Polo;

Componente 4 - Infraestrutura e serviços básicos

Estratégia: Melhorar e ampliar a infraestrutura e os serviços básicos dos municípios do polo, em especial no que tange aos serviços urbanos, à acessibilidade e à conectividade.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
-Fácil acesso através de rodovias federais e estaduais, como também pelo modal aéreo -Três Aeroportos importantes na Tríplice Fronteira do lado brasileiro, paraguaio e argentino -Vias urbanas existentes capazes de garantir boa trafegabilidade entre os principais atrativos turísticos e destes com o setor hoteleiro -Cobertura de abastecimento de água e energia elétrica em todos os municípios para atender a demanda turística atual e futura e avanço no sistema de coleta de resíduos sólidos -Atendimento médico-hospitalar eficiente para a população e turistas -Sem crescimento urbano excessivo	-Insuficiência de transporte coletivo intermunicipal e de transporte exclusivo para turistas -Pista simples na principal rodovia (BR-277) de acesso a Área -Inadequabilidade das condições físicas do Aeroporto de Foz do Iguaçu -Inadequabilidade das condições físicas e insuficiência estrutural do Terminal Rodoviário Internacional de Foz do Iguaçu para o atendimento da demanda projetada para os próximos anos -Falta de identidade turística nos principais corredores urbanos -Sistema de segurança insuficiente para uma região fronteiriça

Ameaças	Oportunidades
-Má utilização dos recursos hídricos e a conseqüente degradação ambiental; -Dificuldade de acessibilidade urbana -Competitividade com o aeroporto internacional de Puerto Iguazú – Argentina;	-Utilização dos serviços de saúde como apoio ao turista e à estrutura de educação para capacitar a população para os serviços turísticos -Estrutura urbana consolidada;

Ação: Ampliação e reforma do Terminal Rodoviário Internacional de Foz do Iguaçu;	
Componente 5: Gestão ambiental Estratégia: Promover a conservação dos ambientes naturais atuais e potenciais, visando à qualidade ambiental.	
Pontos Fortes	Pontos Fracos
-Programas e projetos conservacionistas implementados e em implementação -Existência de programas de sensibilização ambiental -Consciência dos empresários do setor turístico quanto à questão ambiental	-Decréscimo da ictiofauna do Reservatório de Itaipu e rios Paraná e Iguaçu, em virtude do represamento do Reservatório e da pesca predatória
Ameaças	Oportunidades
-Degradação ambiental do Parque Nacional do Iguaçu.	-Exploração do turismo sustentável em áreas naturais, atribuindo usos que propiciem a conservação ambiental; -Ampliar as ações de sensibilização e educação ambiental;
Ações: Revisão do Plano de Uso Público do Parque Nacional; Estudo de Impacto Ambiental da revitalização / implantação das marinas e balneários no reservatório de Itaipu.	

Fonte: Elaborado por Welter (2021) baseado em PDITS (2001).

Nos componentes 1 e 4 foram citadas obras de infraestrutura e no decorrer do documento são pontuadas as seguintes 'áreas críticas' para intervenção: os principais trevos de acesso à Foz do Iguaçu; o Sistema de Transporte Urbano do município; o Terminal Rodoviário e do Aeroporto; as Avenidas das Cataratas, Avenida Mercosul e Avenida Beira Rio, o que indica, como nos planos anteriores, que o *trade* turístico acredita que a construção ou ampliação de infraestrutura turística é um dos pontos cruciais para o desenvolvimento do turismo em Foz do Iguaçu.

A qualificação turística é apontada como relevante no componente 3, tal qual os planos anteriores analisados. O documento cita que em 2008 foi realizado o Programa de Capacitação e Qualificação para o Turismo com Foco em Vendas e Marketing (PRÓ-TOUR) voltado para os gestores de empreendimentos e prestadores de serviços com atendimento direto ao turista. Foram ministrados cursos para 18.531 alunos, com as temáticas: Qualidade dos Atendimentos e Novas Tendências para Empresas de Eventos e Gastronomia, Marketing de Vendas e Marketing do Destino, Como Falar em Público e a Cultura da Hospitalidade e Novas Tendências para Meios de Hospedagem e Agências de Viagens - indícios de capacitação tecnicista, sem

desenvolvimento de pensamento crítico sobre como se dá a organização e possíveis caminhos futuros da atividade turística no município.

Entre 2004 e 2010 foram realizadas duas iniciativas de capacitação que partiram do terceiro setor. A primeira foi o programa de capacitação para o turismo na região trinacional, chamado “*Eirete – Eiru-i*”⁸⁴, desenvolvido pela Fundação Parque Tecnológico Itaipu e pelo Instituto Polo Internacional Iguassu, que capacitou 2.741 estudantes de escolas públicas da 1ª a 4ª séries entre 2004 e 2005, distribuídas inicialmente em 87 turmas no Paraguai e no Brasil. Na segunda edição, em 2010, o programa se estendeu para Puerto Iguazu (Argentina) também.

Em 2009 foi realizada a segunda iniciativa, que se tratava de uma campanha intitulada “Os 10 mandamentos para tratar bem o turista e cuidar da cidade”, realizada apenas em Foz do Iguaçu pela ABIH, Delegacia de Foz do Iguaçu, durante a abertura da “Semana Mundial do Turismo”, que teve como objetivo a transmissão de informações de conscientização turística por canais diversos como panfletos, cartazes, banners, outdoors, programas de TV, rádios e portais da internet.

A qualificação é citada também no artigo 2º, inciso VI da Lei nº 1.839, de 27 de dezembro de 1993 que criou o Fundo de Desenvolvimento do Turismo: desenvolver “programas e projetos de qualificação e aprimoramento profissional dos serviços turísticos”.

Observa-se, assim, que mesmo com o passar do tempo, a conscientização turística é um tema recorrente nos planejamentos turísticos, inclusive com fomento para tal. No caso deste plano específico, o objetivo da conscientização residia em gerar fortalecimento institucional ou integração regional e se destinou a diversos atores: empresários, funcionários e população em geral para que fossem sensibilizados ou qualificados para o atendimento técnico ao turista.

A ação relacionada à concessão e utilização do Centro de Convenções de Foz do Iguaçu citada no componente 1 pode ter relação com o potencial deste segmento em gerar divisas para o município, principalmente na baixa temporada, uma vez que Foz do Iguaçu foi considerada em 2004 e 2005, segundo o documento, o sexto principal destino internacional de negócios, eventos e convenções do Brasil. Em dezembro de 2018 a Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu publicou o edital de

⁸⁴ “Eirete – Eiru-i” no idioma Guaraní significa “abelha pequena que dá mel”.

concessão do Centro de Convenções da cidade para a iniciativa privada por 30 anos, mas nenhuma das 15 empresas interessadas apresentaram proposta.

A integração é citada em duas ações: 'Elaboração de um Plano de Marketing Integrado para o polo' e 'Estudo para promover o desenvolvimento de roteiros de integração turística regional' e tem relação com conceitos de desenvolvimento regional, que é o cerne deste documento, em que acredita-se que ao unir objetivos similares entre os municípios, criando planejamentos e roteiros integrados, pode haver também ganhos compartilhados ao minimizar fatores negativos ou ameaças e potencializar fatores positivos e aproveitar oportunidades, como pode ser observado na análise do quadro 13. A integração é uma alusão ao PRT criado em 2004 com o intuito de que as regiões turísticas pudessem assumir a responsabilidade pelo seu próprio desenvolvimento, tornando-se assim autossustentáveis. Para Boisier (1996) a regionalização deve objetivar o progresso não só da região, mas de toda a comunidade, envolvendo todos os agentes interessados não apenas das instituições públicas e privadas.

A partir da ação 'Criação de Núcleo de Pesquisa em Turismo' apontada no componente 3, pode-se inferir que há uma preocupação com a falta de dados organizados e concentrados para a tomada de decisão sobre o turismo. Isto fica evidente com o ponto fraco relacionado neste mesmo componente: "Ausência de centro de inteligência turística regional", tendo sido apontado esta fragilidade no Resumo Executivo do plano:

Além disso, as debilidades nas pesquisas de demanda, bem como a falta de informações de qualidade relacionadas ao turismo e ao mercado, de uma forma geral (disponíveis nos âmbitos: local, regional, e institucional), alertam para a oportunidade de criação de um núcleo de pesquisa. Com essa criação seria possível o incremento da competitividade de destinos e empresas, bem como a integração desses. (PDITS, 2011, p.8).

Um das principais análises desta tese é apontada no ponto fraco "Falta de efetivação prática dos Planos Diretores Municipais" deste plano analisado, em que são realizados diagnósticos, são apresentadas propostas, mas não há efetivação prática, não só dos planos diretores, mas também demais planos de ações já realizados em Foz do Iguaçu, caracterizando o *looping* de diagnóstico > propostas > novo diagnóstico > novas propostas.

Além disso, os diagnósticos apenas atualizam os números da oferta turística, por exemplo, mas possuem grande similaridade. Todavia, a maior gravidade reside na falta de execução, seguido de falta de monitoramento e controle que poderia gerar a retroalimentação de um sistema para contribuir para o alcance dos objetivos propostos nos planos.

Em relação à questão ambiental relacionada à Foz do Iguaçu houve apenas uma ação: “Estudo de Impacto Ambiental da revitalização / implantação das marinas e balneários no reservatório de Itaipu” que teve como justificativa apontada no próprio documento o potencial do Lago de Itaipu para o desenvolvimento do turismo, sendo este “um dos segmentos considerados prioritários para este PDITS, além do atendimento à política nacional de meio ambiente” (PDITS, 2011, p.229), o que ressalta mais uma vez as águas como potencial a ser aproveitado para o desenvolvimento do turismo de Foz do Iguaçu.

Por fim, analisa-se que o plano aponta os saldos positivos do aumento do fluxo turístico no polo turístico e estes são atribuídos à disponibilidade de infraestrutura existente, capacitação e divulgação do destino realizada pelo *trade* turístico. Em outras palavras: a “casa foi arrumada”, o anfitrião foi preparado para bem receber o turista, tendo sido posteriormente divulgado o destino por meio de várias ações conjuntas.

Todavia, segundo o plano, ainda são necessárias ações para que o polo continuasse atraindo um fluxo maior de turistas e estas seriam por meio da disponibilidade da melhoria da infraestrutura, aumento do leque de atrativos para projetar uma imagem de destino com atrativos múltiplos, para ‘todos os gostos’, que por consequência também aumentaria a permanência dos turistas na cidade, pois haveria maior diversidade de atrativos que implicaria em uma hospedagem superior a 2,4 dias. Outra aposta seria o turismo náutico no Lago de Itaipu em alusão ao Turismo de Sol e Praia, uma vez que esta é uma das maiores motivações de viagem dos turistas.

Em relação ao envolvimento da comunidade, esta foi citada como ente a ser conscientizado, ouvida em determinada etapa do desenvolvimento sobre seu interesse em relação ao desenvolvimento do turismo, e o turismo cultural que poderia ser um viés de maior envolvimento da comunidade não foi classificado com grande potencial.

4.12 POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU (2014)

A Política Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu foi instituída por meio da Lei Municipal nº 4.291 de 31 de outubro de 2014, prevista no Capítulo X, do título V da Lei Orgânica do município de Foz do Iguaçu. Em seu artigo 2º ressalta que a política deve obedecer:

aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, do desenvolvimento econômico-social justo, do direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, garantindo a inclusão social de sua população e a preservação das características físicas, culturais, históricas e ambientais (POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU, ARTIGO 2º).

No artigo 4º delega-se ao poder executivo municipal e à sociedade civil organizada as funções de fomentar, promover e consolidar o turismo de forma estratégica buscando o desenvolvimento, geração de renda, valorização e elevação da qualidade de vida dos moradores locais, bem como a inclusão destes no contexto turístico local.

Encontra-se correspondência dos referidos objetivos citados com a Lei do Turismo - nº 11.771 de 17 de setembro de 2008, que tem como intuito como já ressaltado no capítulo anterior, a descentralização e a regionalização do turismo com planejamento da atividade turística de forma sustentável, com efetiva participação da comunidade, ficando evidente a presença de todos os elementos do conceito de turismo sustentável nestes dois artigos mencionados, ao citar a relevância do desenvolvimento econômico, social, com equilíbrio do meio ambiente, respeitando as características físicas, culturais, ambientais e históricas, além de citar a necessidade de garantir a inclusão da comunidade local tanto no 2º quanto no 4º artigo.

O artigo 5º dispõe sobre a elaboração do PLANTUR de forma participativa e integrada, consoante à Lei Orgânica do município (alínea "a", § 1º do art. 146), de responsabilidade do órgão municipal oficial de turismo, neste caso a Secretaria Municipal de Turismo, juntamente com o COMTUR, de modo que o PLANTUR venha a orientar as ações de desenvolvimento socioeconômico do turismo municipal.

É instituído, igualmente, o Sistema Municipal de Turismo (Art. 7), composto pelos seguintes órgãos: COMTUR, Secretaria Municipal de Turismo, Fundo Municipal de Turismo, Conferência Municipal, além da possibilidade de integração de outros órgãos de interesse. Tem como objetivo a promoção do desenvolvimento do turismo municipal, além de coordenar e integrar as iniciativas oficiais com as do setor

produtivo (Art. 8). No que diz respeito ao desenvolvimento, assim como nos demais planos analisados, é citada a necessidade de planejamento e execução de obras de infraestrutura (citado no item III do artigo), além de citar a necessidade de estudos para quantificar, caracterizar e regulamentar as ocupações e atividades do setor, ofertando pessoal 'qualificado' para o turismo.

A melhoria da infraestrutura turística e a qualificação profissional são citadas no capítulo IV que dispõe sobre as diretrizes da Política Municipal de Turismo, especificamente na seção II, Art. 11, que menciona as diretrizes do PLANTUR:

III - o monitoramento da oferta turística, para o desenvolvimento de produtos e roteiros, qualificação da oferta, qualificação profissional e serviços de informação ao turista;
XI - a promoção, o estímulo e o incentivo à ampliação e melhoria da infraestrutura turística;
XIV - a criação e o apoio aos programas de educação para o turismo, voltados ao visitante e à comunidade local;
XV - a promoção e o estímulo na comunidade à educação profissional para o setor turístico; (POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU, ARTIGO 11º).

Na seção III, Art. 12, item III, especifica-se que o estímulo aos investimentos em infraestrutura deve priorizar os corredores turísticos, excluindo, portanto, as bordas. É citado, igualmente, a necessidade de fomento e incentivo de programas voltados à conservação e embelezamento da estrutura urbana nas áreas turísticas, que se relacionam aos corredores turísticos por definição, demarcando um tipo de desenvolvimento por guetos, em que se excluem áreas que não são consideradas turísticas.

Do ponto de vista positivo, o artigo 11 corrobora a mesma análise realizada nos Arts. 4º e 5º no que concerne à preocupação com o desenvolvimento do turismo de forma sustentável, destacando-se as seguintes diretrizes do PLANTUR:

1) valorização do patrimônio histórico, cultural, artístico, arqueológico e o respeito aos costumes e às tradições das comunidades locais em sinergia com a conservação da natureza;

2) alinhamento das políticas sociais, econômicas e ambientais, de forma que as ações públicas equilibrem crescimento econômico, desenvolvimento social e sustentabilidade ambiental;

3) criação de um programa de incentivo à comunidade para conhecer os atrativos turísticos, que colabora para o sentimento de pertencimento ao local, orgulho de sua história e patrimônio; e

4) a integração da cadeia produtiva do turismo, com alinhamento das ações da iniciativa pública e privada, terceiro setor e comunidade para fortalecimento de parcerias.

Estas diretrizes estão alinhadas, em grande parte, com os apontamentos de Meneses (1986) e Canclini (1999) quando afirmam que o patrimônio é um campo de disputas. O item 2 trata-se de uma das contradições apontadas por Canclini (1999) em que ao mesmo tempo em que o Estado promove o patrimônio como elemento integrador de nacionalidade, tende a transformar as realidades locais em abstrações político-culturais, diminuindo as subjetividades e conflitos. Do ponto de vista da iniciativa privada que ao mesmo tempo que aprecia o valor simbólico do patrimônio, contribui para a especulação imobiliária sem limites, degradação do meio natural, urbano e cultural por meio da mercantilização e espetacularização da cultura.

Para que tais processos sejam mitigados, pois entende-se que é impossível que sejam eliminados, uma vez que a partir que o patrimônio não é estático e transforma-se ao longo de tempo devido aos usos e valores que lhe são atribuídos, o item 4 é crucial, em que todos sejam envolvidos de forma efetiva, principalmente a comunidade, considerando-a como protagonista real, incentivando a auto independência e a criatividade para favorecer o processo de contato com sua cultura, memória, identidade com o intuito de fortalecê-los. Os ganhos com um desenvolvimento do turismo à escala humana (MAX-NEEF, 1989) são uma consequência, lembrando que a preservação de bens culturais nunca deve ser mais importante do que as necessidades habitacionais e simbólicas dos habitantes que precisam do patrimônio para viver (CANCLINI, 1999).

Além da criação do PLANTUR e Sistema Municipal de Turismo, as seções IV e V, arts. 13 e 14, respectivamente, dispõem sobre a necessidade de criação de um Observatório de Turismo para produzir, sistematizar e trocar dados estatísticos e informações de forma integrada relacionadas a atividade turística e empreendimentos turísticos presentes no município e de um Núcleo Integrado de Gerenciamento de Projetos para que sejam elaborados e monitorados projetos de interesse do setor turístico municipal.

A produção de estatísticas de forma integrada deve-se ao fato de que há várias formas de registro das estatísticas no município, seja por meio do embarque e desembarque no aeroporto internacional, na rodoviária, no Centro de Recepção de Visitantes dos atrativos turísticos, especialmente do Parque Nacional do Iguaçu e Itaipu Binacional, dentre outros, e que são organizados e reproduzidos no *website* da prefeitura de Foz do Iguaçu e em outros portais, sendo esta uma proposta relevante para que haja integração destes dados, facilitando seu uso para a produção de documentos e para a tomada de decisões como análise da demanda turística, por exemplo.

O Núcleo Integrado de Gerenciamento de Projetos pode ser uma via para evitar o *looping* de planos que fazem um diagnóstico da situação atual do turismo em Foz do Iguaçu e posteriormente ou não são executados e se são, não são monitorados ou têm suas lições aprendidas documentadas para que haja correções do curso das ações/continuidade, para que de fato o desenvolvimento do turismo avance.

A Política dispõe ainda sobre a necessidade de promoção do destino, da qualidade e certificação dos serviços turísticos ofertados, do desenvolvimento integrado regional, da atração e do estímulo para o investimento em turismo, além da gestão coletiva e participativa do turismo no destino de forma a “estimular a colaboração institucional, técnica e financeira, bem como a adoção de políticas voltadas para fins comuns entre os entes públicos e privados” (POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU, 2014).

A Política não cita como seria colocada em prática a gestão coletiva e participativa, o que revela que a participação popular figura apenas como um registro neste e nos documentos anteriormente analisados.

4.13 CONFERÊNCIAS MUNICIPAIS DE TURISMO (2012/2014/2019)

Neste subitem analisam-se os relatórios das três Conferências Municipais realizadas em Foz do Iguaçu, tendo sido a primeira realizada em 2012, a segunda em 2014 e a mais recente em 2019. As conferências municipais são regulamentadas pelo decreto municipal nº 21.245 de 19 de abril de 2012, que apresenta em seu Art. 1º os seguintes objetivos:

- I - incorporar a sociedade, de forma democrática, transparente, geral e irrestrita, ao processo de discussão de políticas públicas voltadas ao Turismo e suas transversalidades;
- II - fornecer ao Poder Público e às entidades ligadas ao Setor de Turismo subsídios à elaboração participativa do Plano Municipal e do Plano Regional de Turismo; e
- III - apresentar aos moradores de Foz do Iguaçu e Região a temática a ser discutida na Conferência Nacional de Turismo, além de eleger delegados às etapas subsequentes.

É notória a alteração em relação aos documentos anteriores o destaque do envolvimento popular no planejamento turístico local, uma vez que são seguidas as prerrogativas da Política Municipal de Turismo no que diz respeito à descentralização e inclusão da população (Art. 2º), tendo se manifestado na criação das conferências municipais, citadas no Art. 7º da mesma política.

Cabe lembrar que no Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (1992) o envolvimento popular teve destaque e visibilidade, tendo sido mencionado que foram feitas amplas discussões com seminários abertos à população e discussões setoriais envolvendo a comunidade por meio de órgãos representativos nos bairros, porém, como não houve monitoramento e prestação de contas (ao menos nos planos disponíveis posteriores consultados para a análise nesta tese), não há conhecimento se as demandas populares foram de fato atendidas.

Analisa-se, portanto, neste subitem as propostas apresentadas nas conferências municipais (2012, 2014 e 2019) almejando que estas possam ser desta vez executadas, monitoradas, tendo seus resultados registrados.

A primeira Conferência Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu ocorreu de 25 de abril a 30 de junho de 2012. No relatório é citado que houve um amplo debate envolvendo profissionais liberais, sociedade civil organizada, entidades de classe, universidades, faculdades, colégios e membros dos poderes municipal, estadual e federal.

A organização se deu da seguinte forma: foram realizadas palestras, seminários, questionários temáticos e pré-conferências em que eram coletadas as propostas e realizada a eleição de delegados com poder de votação nas propostas da plenária final. Segundo o relatório, foram envolvidas 40 entidades, totalizando 986 pessoas. Subentende-se que foi realizado uma convocatória a estas entidades que enviaram representantes em que participaram de palestras e seminários sobre a forma de organização das conferências e temas relacionados ao turismo com o intuito de coletar propostas de forma participativa, sendo votadas na plenária final. O

processo de realização não fica claro no relatório, uma vez que este focaliza-se em apresentar as propostas mais votadas.

Em relação às propostas, estas foram apresentadas por eixos: I - Trabalho e Renda; II - Infraestrutura e Grandes Eventos; III - Imagem do Destino; IV - Institucionalidade e Gestão e V - O Turismo e a Cidade. Todavia, o relatório que se teve acesso possuía propostas apenas para os eixos I, IV e V.

No eixo Trabalho e Renda grande parte das propostas relacionam-se com a qualificação/capacitação dos profissionais que atuam em turismo: capacitação de profissionais formados mediante implantação de plano de carreira e salário; oportunizar a qualificação no ambiente de trabalho; aprimorar a qualidade do atendimento turístico por meio de cursos e treinamentos periódicos para profissionais diretos e indiretos: taxistas, lojistas, balconistas, atendentes em hospedagem e gastronomia, transporte coletivos e outros; e viabilizar que os cursos de qualificação em turismo sejam levados aos segmentos mais vulneráveis para gerar emprego e renda.

Estas propostas são indícios de que os discursos pregados nos planos até aqui analisados nesta tese se perpetuam, tendo sido apresentados em forma de propostas nas pré-conferências, sendo eleitos na plenária final. Assim, percebe-se que a qualificação profissional é uma temática que possui tendência de estar sempre presente nos documentos como uma ferramenta necessária ao desenvolvimento turístico local, bem como 'salvação' para indivíduos vulneráveis, que ao serem qualificados podem empregar-se no setor turístico.

Houve, ainda neste mesmo eixo, propostas relacionadas com incentivos fiscais para negócios de turismo; criação de incentivo e apoio à formalização das empresas no setor de alimentação fora do lar para que possam atender turistas, com foco nos padrões de qualidade e certificações; além da criação do conceito de gestão criativa para formar uma base empresarial atuante, em que fica evidente o foco nos gestores e empresários do ramo turístico.

Nestas propostas ficam evidentes as preocupações da oferta turística, que buscam benefícios fiscais para seus negócios e almejam impor que trabalhadores informais sejam taxados e encaixados em padrões, provavelmente para evitar danos à imagem do turismo na cidade, fruto de supostos problemas com atendimento ou descumprimento de medidas sanitárias e de manipulação de alimentos.

No eixo Institucionalidade e Gestão são citadas propostas relacionadas ao envolvimento da comunidade, seja por meio legitimação da Gestão Integrada de Turismo, para que esta atue de acordo com as entidades do setor e da comunidade; criação de canais de comunicação institucional sobre o turismo para a comunidade; criação de um Fundo Municipal de Turismo para fomentar a produção científica em turismo; e a instituição da Política Municipal de Turismo com diretrizes gerais do setor, envolvendo a participação de todos os setores da sociedade na sua elaboração.

Ressalta-se que a primeira Conferência Municipal de Turismo (2012) é anterior à criação da Política Municipal de Turismo (2014) e, por este motivo, a Política Municipal é citada neste eixo. Fica evidente, assim, a preocupação com o envolvimento popular, em que esta é citada em diversas propostas, inclusive em relação à produção científica que pode auxiliar no desenvolvimento da atividade turística, trazendo benefícios para a população em geral.

No eixo Turismo e a Cidade foram selecionadas propostas⁸⁵ relacionadas ao 1) acesso à comunidade aos atrativos turísticos e planejamento participativo; 2) educação e qualificação profissional; 3) urbanização e integração trinacional; e 4) questões culturais.

Em relação ao primeiro item foi apresentada a proposta de gratuidade de ingresso para a visita dos atrativos turísticos em data específica (aniversário da cidade), bem como transporte para deslocamento aos atrativos. Como já discutido anteriormente, o objetivo desta tese não é analisar se as propostas já foram colocadas em prática, a não ser se forem apresentadas em forma de continuidade nos planos posteriores. Porém, comenta-se que esta proposta foi colocada em prática em partes, uma vez que o foco foi direcionado apenas para o atrativo Cataratas do Iguaçu. A partir de 2014, segundo o Portal de Notícia ClickFoz (2020⁸⁶) iniciou-se uma campanha anual, primeiramente realizada em 11 de novembro em comemoração ao dia em que as Cataratas do Iguaçu foram eleitas como uma das Sete Maravilhas Mundiais da Natureza, ocorrida em 2011. Posteriormente, a campanha passou a ser realizada no dia do aniversário de Foz do Iguaçu (10 de junho), promovida pela Gestão Integrada de Turismo com apoio da Itaipu Binacional.

⁸⁵ Separados em formato numeral apenas para fins de análise.

⁸⁶ Disponível em: <<https://www.clickfozdoiguacu.com.br/nove-anos-de-cataratasday-voce-ainda-lembra-o-motivo-da-comemoracao/>>. Acesso em 31 de julho de 2021.

A campanha trata-se de uma ação de marketing para a geração de mídia espontânea para o destino de Foz do Iguaçu. Assim, é feita comunicação em mídias diversas para que a população visite o atrativo neste dia, sendo disponibilizado transporte gratuito em pontos diversos na cidade, bem como a gratuidade do ingresso para visita às Cataratas do Iguaçu. Na data, são disponibilizadas plaquinhas para que os visitantes façam fotos no estilo “selfie” e publiquem em suas redes sociais com a *hashtag* da campanha “#CataratasDay”.

Em uma matéria exibida pela Rede Paranaense de Comunicação (RPCTV) referente ao Cataratas Day 2016, disponibilizada no canal da Itaipu Binacional no Youtube⁸⁷, o repórter salienta que não é preciso pagar nada, sendo o único compromisso tirar a selfie e publicar nas redes sociais para que seja atingida a meta de alcance de 100 milhões de pessoas no mundo inteiro. O repórter da RPC salienta que além da exposição, a meta é incluir famílias iguaçuenses que nunca tinham visitado o atrativo.

Vê-se que há interesse da comunidade local em visitar as Cataratas do Iguaçu, haja visto a grande adesão dos moradores locais mesmo em um dia chuvoso como foi a edição de 2016, tendo registrado segundo o mesmo vídeo 2.997 selfies superando a marca do ano anterior (2.587). De outro lado, problematiza-se que a exposição e o sentimento de pertencimento e orgulho poderiam ser maiores caso a comunidade pudesse ter acesso a todos os atrativos de forma gratuita, em especial o principal atrativo turístico da cidade, nos demais dias do ano, sem precisar pagar R\$ 17,00 por pessoa⁸⁸ para acessá-lo.

A Conferência Municipal de Turismo de 2012 apresenta uma proposta relacionado ao planejamento participativo, no sentido de estabelecê-la ou reforçá-la enquanto política pública municipal:

Promover a participação dos moradores nos processos de decisão por meio de encontros frequentes nos bairros, dando vez e voz às comunidades. Desta forma, a população decide o que deve ser feito permitindo investimentos coerentes a sua necessidade estabelecendo uma cultura participativa de pertencimento que reflete em qualidade de vida para o morador e na hospitalidade (CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO, 2012, s/p).

⁸⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-OkviOGx_RM>. Acesso em 31 de julho de 2021.

⁸⁸ Valor do passe comunidade em 2021. Disponível em: <<https://passecomunidade.cataratasdoiguacu.com.br/home>>. Acesso em 31 de julho de 2021.

Interessante notar que há consciência de que a participação popular não deve ocorrer de forma esporádica, mas frequente, para que as demandas da comunidade sejam ouvidas e que os investimentos realizados contemplem de fato as necessidades da comunidade, refletindo em qualidade de vida tanto para o morador que pode se expressar no atendimento ao turista por meio do bem receber - a hospitalidade.

A educação e a qualificação profissional (item 2) são apresentadas por meio de uma proposta que cita a necessidade da promoção de ações e projetos de educação turística tanto nos níveis escolares (fundamental, médio e superior), quanto à qualificação destinada aos profissionais de turismo e autônomos, similar às reflexões realizadas na análise sobre a qualificação na Política Municipal de Turismo (subitem anterior), em que o discurso da qualificação excede ao discursos do *trade* turístico, sendo citado como necessário, igualmente, pela população.

Sobre o item integração trinacional e urbanização é apresentada uma proposta relacionada a cada item. Sobre a integração, a proposta sugere solucionar o problema de mobilidade urbana e conectividade trinacional. Os indícios “mobilidade” e “conectividade” apontam que esta proposta se refere a obras de infraestrutura como a construção da segunda ponte entre Brasil e Paraguai para desafogar o fluxo de veículos na Ponte Internacional da Amizade, ressaltando mais uma vez a necessidade de fomento de obras de infraestrutura.

Em relação à urbanização, a proposta apresentada cita que há necessidade de embelezamento urbano, sinalização turística e de trânsito, implantação de ciclovias, bem como estudo de transformação da Avenida Brasil em calçadão para pedestres, o que indica a necessidade de obras que possam melhorar tanto a experiência do turista quanto dos moradores.

Em relação às propostas relacionadas às questões culturais (item 4) são citadas as propostas de criação de um museu e um teatro municipal para incentivar manifestações culturais com o envolvimento da comunidade nos processos com o objetivo de “valorização e resgate da cultura local e da memória” (CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO, 2012, s/p).

A outra proposta refere-se à conscientização da comunidade por meio de “Viradas Culturais” que aconteceriam em locais públicos nos bairros com o intuito de debater a realidade dos moradores com o turismo. Esta proposta traz o seguinte discurso “A proposta possibilita realçar a autoestima dos moradores e reforça o

sentimento de pertencimento e identidade à medida que eles fazem parte do processo”.

Estas duas propostas reverberam o que se pontua nesta tese como caminhos para a superação do desenvolvimento turístico local calcado no fomento de obras de infraestrutura ou visão da comunidade como agente a ser qualificado, sem envolvimento real e efetivo no processo de desenvolvimento turístico, sendo um avanço extremamente necessário, segundo já pontuado no capítulo anterior.

A segunda Conferência Municipal de Turismo ocorreu em 2014, tendo como data da plenária final com a apresentação das propostas o dia 15 de novembro de 2014, no Colégio Agrícola Manoel Moreira Pena. Assim como na conferência anterior foram realizadas as pré-conferências, seguido de eleição de delegados para votação na plenária final.

Antes da apresentação das propostas, cabe ressaltar que na apresentação do relatório foram expressos discursos relacionados à localização de Foz do Iguaçu em um contexto trinacional, que o turismo tem grande representatividade na economia local, e que a construção da cidade deve envolver o debate e a participação popular, uma vez que as discussões de forma democrática podem apresentar as demandas da população.

Em relação aos eixos, diferentemente da conferência anterior, estes apresentam um texto base que define o conceito de cada um, seguido, posteriormente, das propostas eleitas pelos delegados na plenária final.

O eixo I - Trabalho e Renda é definido como o eixo a tratar da qualificação contínua, melhoria da qualidade de vida (renda e autoestima) dos trabalhadores do turismo para que estes melhorem o atendimento ao turista, que por sua vez, repercute em altas taxas de satisfação e intenção de retorno para Foz do Iguaçu. Sobre a qualificação é apresentada a proposta de sensibilização da comunidade para conhecer, valorizar e preservar os atrativos naturais, culturais e históricos. Analisa-se a partir dessas duas propostas que a qualificação é um meio para o fim - tratar bem o turista para gerar benefícios econômicos para os envolvidos.

Em relação à melhoria da qualidade de vida dos trabalhadores do turismo é citada apenas uma proposta que os beneficiaria de forma direta, que seria a criação de concursos na área de turismo. De forma indireta são citados: fortalecimento do turismo de eventos e de base comunitária e criação de mecanismos para ampliar o tempo de permanência dos turistas na cidade. Estas propostas têm relação com a

manutenção da empregabilidade mais do que o aumento de benefícios diretos como aumento da renda para os trabalhadores do turismo.

Houve, igualmente, uma proposta relacionada à criação de incentivos fiscais para empresas de turismo para estimular a remuneração e distribuição de renda, como se este fato fosse uma garantia de que os salários seriam aumentados, melhorando a distribuição de renda.

O eixo II Infraestrutura é conceituado no relatório como a adequação da infraestrutura existente e planejamento da infraestrutura futura de forma a permitir fluxos ágeis no presente e futuro, considerando a expansão do número de visitantes. As propostas são relacionadas à melhoria da infraestrutura de transporte, linha de turismo e linha executiva para transporte de turistas do aeroporto ao centro da cidade; instalação de portal e centro de recepção de visitantes na entrada da cidade e postos de informações turísticas nas aduanas; melhoria de acessos e sinalização turística urbana e rural; revitalização do Marco das Três Fronteiras, praças e expansão de ciclovias.

Sobre a linha de turismo, em 2015 foi aprovado em reunião ordinária do COMTUR o projeto de Linha Executiva que ligaria o centro da cidade ao aeroporto, tendo sido inclusive definido que o preço do trecho seria entre R\$12 e R\$15 reais. O então Secretário de Turismo, Paulo Tremarim, afirmou que foram feitas pesquisas em municípios que implantaram a linha e não tiveram serviços de transporte como táxis e vans prejudicados. E afirmou: “Nós temos que criar todos os benefícios, tanto para os cidadãos locais, como para os turistas [...] o desenvolvimento está aí e nós não podemos frear o desenvolvimento e o progresso da nossa cidade” (PORTAL DA CIDADE FOZ, 2015⁸⁹).

As demais propostas de infraestrutura repetem-se, se comparada com planos anteriores, como a escassez de espaços públicos de convivência como praças. Em relação ao Marco das Três Fronteiras, este foi revitalizado em 2016, atualmente administrado em forma de concessão pela empresa Cataratas SA, conforme já abordado nesta tese.

O eixo III Educação Turística tem em sua linha de base o conceito de instrução dos cidadãos sobre a história local para que haja valorização do município tanto pelo

⁸⁹ Disponível em: <<https://foz.portaldacidade.com/noticias/cidade/proposta-preve-linha-de-onibus-exclusiva-para-aeroporto>>. Acesso em 10 de julho de 2021.

morador quanto pelo turista. Segundo o relatório, para que o morador possa estar preparado para este encontro tanto com os turistas quanto com o turismo em si, são sugeridas propostas relacionadas à abordagem do turismo em disciplinas do ensino fundamental 1 e 2, além de qualificação dos professores para repassar estes conhecimentos, juntamente com a disponibilização de material didático.

Além do foco nas escolas, é proposta a criação de campanhas para envolver a comunidade, sensibilizando-a acerca da importância da hospitalidade, cordialidade e da manutenção de uma cidade limpa para que a imagem do destino seja positiva. São citadas como estratégias para a execução dessas propostas o apoio dos Cursos de Turismo e Hotelaria do município.

Tal qual o exemplo do suposto envolvimento da comunidade no Cataratas Day, mais uma vez a comunidade é vista como alvo de conscientização, apesar de as próprias conferências terem sido criadas para envolver as demandas da comunidade, esta continua sendo vista como agente passivo a ser conscientizado, não incluída no desenvolvimento propriamente dito das atividades turísticas. Este fator apresenta indícios de que o turismo é visto de forma compartimentada, em que a qualificação tem o foco no bem receber, destoando do que Parente (2017) apresenta como um processo de educação virtuoso, com conteúdos problematizadores para que os indivíduos possam compreender o fenômeno turístico de forma global, relacionando suas diversas facetas, congregando questões culturais, sociais, econômicas, etc.

No quarto e último eixo - O Turismo e a Cidade, o relatório cita que este eixo tem como objetivo "Entender como o Turismo vê o cidadão e como este vê o Turismo" (II CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO, 2014).

Dentre as propostas, destacam-se a gratuidade de ingresso às Cataratas do Iguaçu para os moradores locais durante todo o ano e o estabelecimento de um mês de gratuidade do transporte público para permitir o acesso dos moradores; criar espaços de interação entre os turistas e a comunidade e criar um centro de referência sobre a identidade regional, capaz de realizar pesquisas sobre o turismo, cultura e outras áreas de interesse com treinamento para a comunidade.

A proposta de criação de espaços de interação entre turistas e moradores é de suma importância para que tanto o turista possa ter sua experiência enriquecida ao ter contato com moradores locais e tanto para os moradores que podem aguçar o sentimento de pertencimento e orgulho da sua história e memória.

Insiste-se na mesma análise realizada no capítulo anterior a partir de Pollak (1992) em Halbwachs (1968) que a memória é aquilo que nos constitui e pode ser acionada a partir do acesso ao patrimônio material ou imaterial, pois estes são lugares de memória que representam a memória coletiva do grupo que pertencemos e este acesso contribui para o reforço e a coesão social, além do sentimento de pertencimento a este grupo. Assim, os espaços podem ser (re)criados levando em consideração a interação do turista tanto com o patrimônio material por meio da visita de um bem arquitetônico, por exemplo, ou imaterial por meio da visualização de uma manifestação cultural que conta a história do local. Ou mais: o contato direto com o portador destas memórias, retroalimentando um círculo virtuoso em que o turista tem sua experiência enriquecida, superando a contemplação vazia, e ao morador pode orgulhar-se de sua história, memória e identidade.

A III Conferência Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu ocorreu em 2019, sendo que houve cinco pré-conferências realizadas entre 10 e 24 de agosto deste mesmo ano em que foram eleitos delegados que votaram nas propostas na plenária final que ocorreu em 28 de setembro de 2019 no anfiteatro do Centro Universitário UDC.

A convocação para a participação nas pré-conferências foi ampla, tendo sido utilizada divulgação em TV, jornais impressos, rádio e internet, tendo reunido em cada pré-conferência: instituições de ensino, docentes e estudantes, setor empresarial, sociedade civil, entidades e lideranças setoriais, profissionais atuantes no turismo e trabalhadores de outros setores e comunidade, tendo como objetivo, segundo o relatório, pensar e construir políticas públicas de turismo para o município de forma conjunta.

Foram novamente definidos eixos para apresentação das propostas, que teve alteração em relação à I e II conferências, contando com explicação do que se tratava cada eixo:

Eixo I - Desenvolvimento da Indústria, Colaboração, Parcerias: indicação de apresentação de propostas relacionadas a políticas públicas, cooperação regional, integração fronteiriça, monitoramento e pesquisas, desenvolvimento sustentável da economia local e capacidade empresarial.

Eixo II - Marketing e Marca: propostas relacionadas à promoção do destino, como marca e imagem; marketing, identidade visual; relação com a imprensa,

formadores de opinião e *stakeholders*, mídias espontâneas, *endomarketing* e sensibilização.

Eixo III - Experiência do Visitante, Desenvolvimento de Produto, Identificação Urbanística (senso de lugar): propostas relacionadas à serviços e equipamentos turísticos, atrativos turísticos e eventos, aspectos sociais, aspectos ambientais, culturais e urbanísticos.

Eixo IV - Infraestrutura, Transporte, Acesso, Política e Regulamentação: propostas relacionadas à infraestrutura geral, acesso, mobilidade urbana, turismo rodoviário e conectividade aérea.

Eixo V - Destino Inteligente: propostas ligadas à inovação, novas tecnologias, futuro do emprego, novos modelos de negócios e tendências de mercado relacionados ao turismo.

A autora desta tese participou como monitora nesta conferência e durante as pré-conferências era explicado no que consistia cada eixo aos participantes que eram separados em grupos para otimizar o tempo e prepararem propostas relacionadas a apenas um eixo, tendo resultado em 332 propostas.

Posteriormente, essas propostas eram reunidas pela comissão técnica que após análise do seu conteúdo verificou que havia transversalidade dos assuntos discutidos, sendo que dos cinco eixos temáticos propostos originalmente, as propostas convergiram essencialmente para três eixos temáticos, quais sejam: Desenvolvimento da Indústria, Colaboração, Parcerias; Marketing e Marca; e Destino Inteligente.

Assim, após a eliminação de propostas em duplicidades ou edição de proposta que eram semelhantes ou que se complementavam, a comissão técnica concatenou 30 proposituras que foram submetidas à votação na plenária de encerramento, tendo sido escolhidas 15 propostas a serem priorizadas pela SETURFOZ e COMTUR na elaboração do Plano Municipal de Turismo, conforme segue:

1. Implantação de monitoramento e pesquisas sistemáticas;
2. Projeto urbanístico para os eixos turísticos para os próximos 20 anos;
3. Investir em capacitação para o turismo, voltado para hospitalidade / bem receber;
4. Desenvolvimento do turismo histórico e cultural;
5. Criar espaços verdes com exploração da mata, parques, praças com vegetação, jardins para caminhar, etc;

6. Reconhecer e reforçar elementos de identidade da marca (meio ambiente/natureza, trinacionalidade, multiculturalidade);
7. Criar estratégias para conectar a comunidade ao turismo;
8. Fortalecer a marca oficial junto a atrativos e instituições;
9. Soluções diversificadas de mobilidade urbana;
10. Consolidar o *hub* aéreo do Cone Sul e Países Andinos em porta de entrada para as companhias *low cost*;
11. Elaboração de um programa para o desenvolvimento cultural do município;
12. Melhorar a infraestrutura da cidade: parques, praia artificial, etc.;
13. Melhoria nas vias para os deficientes físicos e visuais;
14. Melhorar e promover o turismo esportivo e náutico;
15. Plataforma digital institucional do Destino Iguaçu;

Faz-se a análise das propostas por similaridade, de forma a evitar repetições. Observa-se que há propostas relacionadas à gestão do desenvolvimento turístico. A melhoria da infraestrutura pública é citada no curto prazo (12 e 13), sendo a construção de praças, a revitalização da praia artificial recorrente, incluindo nestas propostas a adequação relacionada à acessibilidade e soluções de mobilidade urbana; quanto no longo prazo (item 2) ao citar a necessidade de criação de um projeto urbanístico para os próximos 20 anos, mas de forma restrita aos eixos turísticos - indícios da hierarquização do desenvolvimento do turismo de forma setorializada, baseada em prover infraestrutura apenas em lugares de interesse turísticos.

Ainda em relação à infraestrutura há uma proposta de criação de espaços verdes (item 5) em que aparecem os parques novamente, mas incluindo a necessidade de arborização, com espaços para prática de esportes, como caminhadas. Esta proposta é interessante, devido ao uso múltiplo de público, tanto para turistas quanto para moradores locais, propiciando a convivência entre ambos. Esta proposta relaciona-se com a proposta 6 quando se refere a necessidade de reforço de elementos relacionados ao meio ambiente na identidade da marca do destino de Foz do Iguaçu. Assim, os parques podem ao mesmo tempo ser instrumentos para a convivência, bem como projetar a imagem de destino ecoturístico.

Em relação aos elementos trinacionalidade e a multiculturalidade citados na proposta 6 é possível verificar em que mais uma vez a fronteira é utilizada como produto quando há este interesse, além do enquadramento da memória ao projetar a imagem de um destino multicultural.

O item 14 é mais uma tentativa de projeção de imagem e reforço de identidade de marca como um destino turístico, ao propor a melhoria e promoção do turismo esportivo e náutico. Uma destas melhorias seria a revitalização da praia artificial de Foz do Iguaçu apresentada na proposta 13, que poderia possibilitar o desenvolvimento deste segmento.

O fortalecimento da marca do destino é citado no item 8 que apresenta indícios de que este trabalho seria feito junto a atrativos e instituições, porém, não cita se seriam apenas ações locais ou externas, como participação em feiras, *workshops*, recebimento de *famtours*, etc.

Ao citar a questão da hospitalidade, esta é destacada por meio de uma proposta recorrente e discutida em cada documento analisado neste trabalho - a qualificação para bem receber o turista (item 3).

O item 1 pode estar relacionado com o levantamento de informações estatísticas e demais pesquisas sobre os hábitos de consumo dos turistas que visitam a localidade, algo já realizado e que segundo a proposta requer sistematização. Ao conhecer tais hábitos, a oferta turística pode se preparar para melhor atender a demanda turística e aumentar a taxa de permanência na cidade, por exemplo, proposta já citada em planos anteriores.

O item 15 é um exemplo de prospecção e inovação, uma vez que, conforme analisado no segundo capítulo desta tese, a oferta turística (agências de turismo principalmente) já aderiram e estão bem preparadas no que se refere à presença do destino online. Porém, a criação de uma plataforma digital institucional do destino pode vir a consolidar as informações sobre o destino e contribuir para a geração de mais conteúdo sobre o destino, além de gerar maior credibilidade durante a busca pelo destino online.

A proposta 10 "Consolidar o *hub* aéreo do Cone Sul e Países Andinos em porta de entrada para as companhias *low cost*" é ousada, uma vez que requer esforços tanto de infraestrutura - em partes em andamento com o aumento da pista de pouso e decolagens do Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu, reforma da sala de embarques e duplicação da Avenida das Cataratas (via e acesso ao aeroporto),

quanto na formação de acordos com companhias aéreas de baixo custo que poderiam oferecer passagens a preços competitivos.

Esta proposta é um indício de que tanto a infraestrutura básica local, especialmente vias de acesso, sinalização e paisagismo, quanto infraestrutura de transporte são consideradas cruciais para o desenvolvimento do turismo no município. E realmente o são, sem os modais de transporte o turista não chega a uma localidade. Este é um fator de escolha entre um destino e outro devido à distância, qualidade das vias, preços das passagens aéreas, etc. Porém, qualquer ideia de que é preciso cumprir um estágio para avançar a outro, como por exemplo, ter vias de acesso e sinalização primeiro, para depois pensar, planejar e executar outros elementos necessários ao desenvolvimento do turismo podem prejudicar o seu desenvolvimento.

Por fim, as propostas 4, 11 e 7 relacionam-se entre si, pois o desenvolvimento do turismo histórico e cultural requer a elaboração de um programa de desenvolvimento cultural e, neste programa, devem constar estratégias para conectar a comunidade ao turismo.

Ao pensar a história e a memória de um povo é preciso recorrer tanto a fontes bibliográficas, documentais, mas igualmente orais - presentes em entes da comunidade, que devem ser ouvidos e envolvidos e, assim, podem ser levantadas as demandas da comunidade relacionadas ao seu cotidiano e ao turismo, se querem que o turismo seja desenvolvido ou não.

Pensar e desenvolver o turismo a partir de quem vive no local é uma estratégia e ferramenta eficaz para que o turismo seja inclusivo e tenha maiores chances de proporcionar produtos turísticos mais enriquecedores tanto para os moradores que veem a sua história e memória contada, e a partir disso orgulham-se dela e aumentam sua estima e pertencimento ao local, quanto para o turista que tem contato com experiências mais ricas sobre a cultura local. A experiência de visitar um destino que envolve efetivamente todos os cidadãos, pode suscitar o desejo de retorno ao mesmo destino, ou a busca por experiências semelhantes em outros destinos, que por sua vez, contribui para que o turismo em si seja replanejado e ressignificado considerando estes hábitos de consumo.

4.14 PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO SUSTENTÁVEL (2016)

O PPIS FOZ - Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado Sustentável (2016) foi realizado durante a gestão da prefeita interina Ivone Barofaldi da Silva e foi organizado em três volumes, sendo o volume I intitulado “Análise Temática Integrada” que se trata de um diagnóstico contendo aspectos regionais, ambientais, socioespaciais, socioeconômicos, infraestrutura, serviços e equipamentos públicos e aspectos turísticos. O volume II descreve as demandas levantadas nas audiências públicas e participação popular realizadas em 2015 e 2016, e no volume III são apresentadas as diretrizes e proposições para todas as áreas, como educação, saúde, esporte e lazer, cultura, turismo, etc.

No volume I é possível verificar dados atualizados sobre a evolução populacional e o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) da população de Foz do Iguaçu, este último comparado à Curitiba, apresentados nas Tabelas 6 e 7 respectivamente.

Tabela 6 - Evolução Populacional de Foz do Iguaçu

ANO	Nº HABITANTES	CRESCIMENTO (%)
1889	324	-
1920	6.430	1.884,57%
1940	7.645	18,90%
1950	16.412	114,68%
1960	28.080	71,09%
1970	33.966	20,96%
1980	136.321	301,35%
1990	190.194	39,52%
2000	258.543	35,84%
2001	266.771	3,25%
2002	272.939	2,31%
2003	279.620	2,45%
2004	293.646	5,02%

2005	301.409	2,58%
2007	311.336	3,19%
2010	256.088	-17,74%
2016	263.915	2,97%

Fonte: PPIS FOZ (2016) baseado em IBGE/ Diário Oficial da União (2016).

Tabela 7 - IDH Foz do Iguaçu e Curitiba

ANO	MUNICÍPIO	IDH
1980	CURITIBA	0,76
	FOZ DO IGUAÇU	0,721
2003	CURITIBA	0,856
	FOZ DO IGUAÇU	0,788
2010	CURITIBA	0,751
	FOZ DO IGUAÇU	0,823
2016	CURITIBA	0,823
	FOZ DO IGUAÇU	0,751

Fonte: PPIS FOZ (2016) baseado em IPARDES (1980;2003;2010;2016).

O documento destaca que o crescimento populacional de Foz do Iguaçu esteve relacionado à fase de expansão agrícola que ocorreu no Estado do Paraná a partir da década de 1930 e, posteriormente, com a construção da Usina de Itaipu, que provocou, após o término, um incremento nos índices de pobreza devido às altas taxas de desemprego.

Na análise do IDH de Foz do Iguaçu comparado à Curitiba houve aumentos e decréscimos similares, sendo que o único índice a variar negativamente foi a renda:

Em Curitiba, houve uma perda de 10,57% de 1980 a 2000 e, em Foz do Iguaçu, a análise para o mesmo período apresenta uma queda de 22,70%. [...] Em Foz do Iguaçu, a renda per capita corresponde a 53,27% do valor apresentado na capital do Estado, isto é R\$ 842,26 do total, de Curitiba que totaliza R\$ 1.581,04. Esse indicador de renda é, na realidade, o que mais diferencia Foz do Iguaçu da capital do estado, em termos de IDHM (PPIS FOZ 2016, p. 103).

Esta análise corrobora a queda do número de empregos após as demissões em massa realizadas com o término da construção da Usina de Itaipu. Na tabela 6 é

possível observar grandes percentuais de crescimento populacional de 1980 a 2000, seguido de queda a partir de 2001.

A partir da apresentação destes dados, o documento apresenta uma síntese dos problemas sociais do município, em que inicia apontando que os problemas atuais são tradicionais e se repetem - tendo já sido formulados em outros planos ou que estariam fora do alcance do poder público municipal, mas que seriam de fácil resolução caso houvessem ações de planejamento e integração entre o governo, a iniciativa privada e a comunidade organizada. A falta de execução das propostas indicadas nos planos já foi apresentada no decorrer desta tese, tendo sido acrescida como falha a falta de integração.

No diagnóstico contém a descrição de aspectos turísticos em que cita os atrativos turísticos de Foz do Iguaçu, com uma seção especial para o Complexo Turístico de Itaipu - indícios da variedade de opções de passeios que este complexo possui, tendo se destacado nos últimos anos. Há também a descrição do fluxo turístico e perfil da demanda com dados de visitação da Itaipu, Cataratas, movimentação do aeroporto e rodoviária, incluindo no perfil da demanda os principais polos emissores de turistas domésticos e internacionais, média de permanência, meios de transportes utilizados, meios de comunicação que influenciaram na decisão de viagem, gastos individuais por dia, motivos da viagem, meios de hospedagem e satisfação dos turistas - indicadores que auxiliam na compreensão do perfil do público que visita Foz do Iguaçu e também como comparar com anos anteriores para verificar baixa ou alta da demanda.

São descritas ainda a estrutura de eventos do município, as entidades representativas do *trade* turístico, além de uma seção específica sobre a Educação para o Turismo, que inclui formação profissional de ensino superior e cursos profissionalizantes e técnicos.

Destaca-se o item 9.2 em que é apresentada uma cronologia da gestão do turismo de Foz do Iguaçu de 1999 a 2015, resumidamente exposta no quadro 14.

Quadro 14 – Cronologia da Gestão Turística de Foz do Iguaçu (1999-2015)

Período	Iniciativa	Descrição
1999	Criação da Lei nº 2.262 - Instituição dos Corredores Turísticos.	Elemento de estruturação e padronização do espaço turístico de Foz do Iguaçu. São apresentados projetos por meio do PRODETUR SUL para recebimento de investimentos em: revitalização da Prainha de Três Lagoas, melhorias no acesso ao Refúgio Bela Vista, revitalização da Avenida das Cataratas, Centro Receptivo e revitalização da área da Fronteira.
2001	Revisão e atualização do TurPlan	Os resultados foram sistematizados entre 2002 e 2003 e foram levados ao debate comunitário com as reuniões do Programa de Desenvolvimento de Foz do Iguaçu (PRODEFOZ).
2005	Desenvolvimento de um Plano de Ação pela SETUR de Foz do Iguaçu.	Apresentado ao <i>trade</i> turístico e aprovado pelo COMTUR.
2006	Desenvolvimento de um novo Plano de Ação pela SETUR de Foz do Iguaçu	Apresentado ao <i>trade</i> e aos membros da Comissão de Turismo e demais vereadores da Câmara Municipal.
2007	Criação da Gestão Integrada de Turismo - iniciativa do Conselho Municipal de Turismo	O modelo consiste na atuação em parceria entre os membros: Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu, por intermédio da Secretaria Municipal de Turismo, Itaipu Binacional, Iguassu Convention & Visitors Bureau, Fundação Parque Tecnológico de Itaipu e Conselho Municipal de Turismo. Objetivo: obter melhores resultados nos índices da atividade turística. Uma das principais vitórias da Gestão Integrada do Turismo pode ser considerada a criação, em 2009, do Fundo Iguaçu.

Fonte: Elaborado por Welter (2021), baseado em PPIS FOZ (2016).

A Lei de Corredores Turísticos tem em seu cerne a criação de infraestrutura turística voltada para locais selecionados, já mencionado anteriormente neste estudo.

Em relação ao PRODEFOZ, este foi instituído por meio da Lei Municipal nº 2.773 de 30 de junho de 2003, com o objetivo de incentivar e fomentar o desenvolvimento econômico de Foz do Iguaçu, principalmente a geração de empregos, além da instalação/ampliação de empreendimentos industriais, de serviços, e atividades econômicas de 'alto valor agregado' como o Ensino Técnico e Superior em Turismo, conforme é ressaltado na lei, o que indica a relevância do turismo para o desenvolvimento econômico de Foz do Iguaçu.

Sodré (2007), em consulta ao folheto elaborado no período do PRODEFOZ salienta que este projeto se tratava de um processo que objetivava o desenvolvimento local e regional participativo e colaborativo, envolvendo a população e especialistas

em diversas áreas para a execução de ações com interesse e ganhos que beneficiariam a todos os envolvidos.

Sobre os Planos de Ações, Sodré (2007) analisa que a iniciativa teve como referência as ações do COMTUR em junho de 2002. O COMTUR teria alterado as propostas posteriormente e as apresentou com o título de 'Desenvolvimento pelo Turismo 2004', tendo sido anexado ao Plano de Ação 2005 do Departamento de Desenvolvimento do Turismo, da Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu.

Para o referido autor, as ações possuíam uma visão orientada ao desenvolvimento regional e estavam apoiadas em seis macro programas: Gestão e Relações Institucionais/Legislação, Fomento/Políticas Públicas, Infraestrutura; Estruturação e Diversificação da Oferta Turística, Promoção e Apoio à Comercialização e Informações Turísticas.

Segundo reproduzido pelo portal de notícias H2Foz⁹⁰, com base na Agência de Notícias Municipal, o Plano de Ação de 2005 teria sido apresentado em 07 de março de 2005 no Hotel Internacional em Foz do Iguaçu e contemplaria a missão, a política e as diretrizes que seriam seguidas na atual administração. As propostas previstas no plano foram: implementação do Código Turístico Municipal para disciplinar o desenvolvimento sustentável do setor, ações relacionadas à legislação da atuação profissional e empresarial ligadas ao turismo, cadastramento e certificação do setor, política de incentivos e o Fundo de Turismo, programa de educação turística nas escolas, programa de auxílio a segurança, comemorações do Dia Mundial do Turismo, ampliação do sistema de informações turísticas, campanha de divulgação do Teletur, proposta de melhores monografias e de amor por Foz, participação de Foz do Iguaçu em eventos nacionais internacionais para promover o destino, projeto regional de incentivo ao turismo rodoviário, elaboração de material promocional de divulgação do destino, campanhas de publicidade nos principais destinos emissores, *famturs* e *fampresses*, e apoio a eventos fixos. Apesar de variadas as propostas, não destoam das propostas já apresentadas em planos anteriores, analisadas neste estudo.

⁹⁰ Notícia disponível em: <https://www.h2foz.com.br/noticia/foz-do-iguacu-apresenta-plano-de-metas-para-turismo-em-2005-11630/>. Acesso em 05 fev. 2021.

A partir do diagnóstico e de mencionar a cronologia da gestão pública do turismo em Foz do Iguaçu, O PPIS FOZ (2016) apresenta as propostas para cada setor do município, começando pelo Turismo:

- Melhorar a oferta de voos regulares nacionais e internacionais;
- Aproveitamento dos recursos históricos culturais;
- Definição e promoção do produto destino – cluster de Turismo;
- Imagem do local (interna e externa);
- Melhoria do parque hoteleiro;
- Espaços e atrativos para visitação – turista e comunidade;
- Acesso aos atrativos pela comunidade;
- Educação para o turismo, para a comunidade e empresários;
- Desenvolvimento tecnológico no turismo – meios de hospedagem, agências de turismo, gerenciamento de visitantes e entretenimento;
- Geração de negócios e produtos;
- Produção do artesanato local;
- Infraestrutura e hospitalidade turística;
- Captação de megaeventos;
- Planejamento, Gestão do Turismo e Programas de Desenvolvimento;
- Definição da Região do Iguaçu;
- Regulamentação do setor.

Foram apresentadas propostas para os seguintes setores, também: economia, habitação e moradia, saúde, educação, finanças públicas, esporte, infraestrutura, meio ambiente, uso do solo e sistema viário (em que é citada a carência de uma linha turística), lazer e cultura.

As debilidades apresentadas em relação ao lazer estão relacionadas à precariedade da infraestrutura atual como praças e bosques e a praia artificial localizada no bairro Três Lagoas; a necessidade de construção de novas unidades de lazer, criação de políticas de urbanização e convivência social, além da criação de programação esportivo-cultural e manifestações de gênero voltadas à comunidade local.

Destacam-se as pontuações acerca das carências relacionadas à falta de locais públicos para promover a convivência comunitária e, percebe-se esta mesma preocupação na pontuação das carências relacionadas à cultura:

- Falta de política de envolvimento da população nos eventos culturais;
- Ausência de um programa de inclusão cultural nos bairros;
- Falta de infraestrutura adequada;
- Falta de resgate histórico e cultural;
- Falta de concretização de grandes eventos culturais;
- Falta de integração entre as entidades culturais da cidade;
- Falta de informatização na Biblioteca Pública;

Vê-se que são sinalizadas carências desde a infraestrutura para proporcionar o acontecimento de eventos culturais, mas igualmente aspectos relacionados à criação de políticas culturais e programas em favor da inclusão, convivência e integração da comunidade por meio da cultura, que caracterizam-se como apontamentos inovadores, se comparados com os planos anteriores ao relacionarem o lazer e a cultura como importantes para a comunidade, salvo a Conferências Municipais de Turismo (2019) ocorrida após este plano analisado, que igualmente apresentaram propostas relacionadas a esta temática. Todavia, as propostas não são apresentadas de forma conjunta, indicando que se executadas seriam feitas de forma separada.

O volume II do PPIS Foz (2016) contém as reivindicações dos participantes das audiências públicas realizadas em 2015 e em 2016. A participação popular contou com entidades diversas, inclusive entidades de ensino como a UDC e a UNILA, além de moradores de diferentes bairros, como Morumbi, Três Lagoas, Porto Meira, Jardim São Paulo, Vila A, etc. Especificamente da área de turismo participaram representantes das seguintes entidades: COMTUR, Paraná Turismo, ABAV, SINDTUR, SECOVI, SINGTUR, Sindicato de Hotéis, ABIH e Iguassu Convention e Visitors Bureau. No quadro 15 é apresentado o recorte das propostas relacionadas ao turismo.

Quadro 15 – Propostas para o Turismo PPIS FOZ (2016)

ÁREA	PROPOSTAS
Infraestrutura	<ul style="list-style-type: none"> - Melhoria dos corredores turísticos; - O transporte urbano deve privilegiar o turista e não o morador; - Espaços públicos de convivência comunitária; - Transparência pública sobre dados de diagnóstico para futuras proposições; - Melhorar a urbanidade: criação de locais de encontro (para crianças, idosos, gestantes) de permanência e não só de passagem; - Construção da 2ª Ponte entre Brasil e Paraguai; - Transformar a região em um grande centro turístico e logístico - Melhoria de pontos de ônibus e criação de parques e praças; - Recapeamento e ciclovias na Av. Felipe Wandscheer por ser uma via para de turismo cultural, intelectual e de educação;
Planejamento	<ul style="list-style-type: none"> - Plano integrado turismo e comércio; - Plano de mobilidade urbana adequado às necessidades sociais / priorizar o Desenvolvimento do Turismo comunitário; - Desenvolvimento urbano não só para turistas, mas também para os moradores locais; - Entender qual a vocação da cidade e atuar (urbanização, uso do solo, etc) a partir desta perspectiva;
Participação comunitária	<ul style="list-style-type: none"> - Reuniões descentralizadas para ouvir todos os sujeitos que formam a cidade; - Propor diretrizes para o desenvolvimento da cidade de forma integrada, participativa, ouvindo os diferentes atores para levantar o que todos querem para o desenvolvimento de Foz do Iguaçu; - Envolvimento da população e pequenos empreendedores para melhorias na cidade e aumentar a demanda de turistas; - Disponibilizar espaços que estejam sempre abertos para discussões e sugestões, não apenas quando da realização de planos;
Cultura e Patrimônio Cultural	<ul style="list-style-type: none"> - Pensar a cultura, o patrimônio cultural - como se articula a apropriação do espaço urbano.
Economia	<ul style="list-style-type: none"> - O turismo não é a única atividade estruturante da cidade, apesar de ser importante.

Fonte: Elaborado por Welter (2021), baseado em PPIS FOZ (2016).

Este é um dos poucos documentos que direta ou indiretamente expressa as demandas da comunidade local, mantendo um canal aberto, mesmo que tenha sido pontual, para a realização do plano. Todavia, as demandas da comunidade foram intimamente relacionadas à infraestrutura básica como melhoria de galerias de água, construção de asfalto, ciclovias, calçadas, iluminação pública, arborização, segurança, drenagem para evitar alagamentos, revitalização de praças, academia para idosos, pista de caminhada, campo de futebol, lombadas, aumento de vagas em escolas, construção de Unidades de Pronto Atendimento (UPA), não se incluindo no processo de planejamento turístico, haja vista ter tido sido apenas uma reivindicação

relacionada a esta área, que foi relacionado à Avenida Felipe Wandscheer. Do ponto de vista do poder público, não observou-se que este estimule a comunidade a pensar em propostas relacionadas ao turismo – em pensar o turismo em Foz do Iguaçu.

As reivindicações da comunidade demonstram que os moradores dos bairros periféricos apresentaram reivindicações mais relacionadas ao seu cotidiano, como infraestrutura viária, vagas em escolas para poderem trabalhar, ampliação do sistema de saúde e lazer. Desta forma, não é requerida melhoria de infraestrutura turística, tampouco a associação de que a infraestrutura municipal pode ser utilizada tanto por moradores quanto por turistas.

Vale ressaltar que as pontuações do quadro 15 relacionadas ao planejamento, participação comunitária, cultura e patrimônio cultural partiram, em grande parte, das duas Universidades citadas, em especial, da UNILA - Universidade criada em 2010 por meio da Lei nº 12.189, que em seu artigo 2º consta que sua missão institucional consiste em “formar recursos humanos aptos a contribuir com a integração latino-americana, com o desenvolvimento regional e com o intercâmbio cultural, científico e educacional da América Latina, especialmente no Mercado Comum do Sul (Mercosul)”.

A partir dos apontamentos realizados é possível assumir que a UNILA tem contribuído para o desenvolvimento regional não apenas por contribuir para a economia de Foz do Iguaçu e região, mas pela recepção crítica do conhecimento e construção de alternativas aos problemas sociais. Portanto, concorda-se com a professora Gisele Ricobom (2010) em seu artigo sobre a contribuição do ensino da UNILA para a integração da América Latina quando ressalta que o ensino pode promover a integração:

O ensino é estratégia determinante para esse outro sentido de integração porque cumpre papel multidimensional: proporciona a valorização das identidades culturais; permite a recepção crítica do conhecimento produzido fora do contexto latino-americano; promove a autovalorização das potencialidades individuais e coletivas; é fundamento para a construção de alternativas aos problemas inerentes às sociedades latino-americanas; permite diagnosticar as vulnerabilidades e assimetrias que dificultam a integração, bem como a identificar as soluções e estratégias para enfrentamento dessas dificuldades (RICOBOM, 2010, p. 77).

Em relação aos apontamentos relacionados à infraestrutura, grande parte foram feitos por representantes do *trade* turístico, o que indica que a necessidade de

criação de infraestrutura permanece como uma das medidas necessárias para o desenvolvimento turístico de Foz do Iguaçu, na concepção destas entidades.

O apontamento “melhoria dos corredores turísticos” reforça uma antiga preocupação da gestão turística de Foz do Iguaçu em ordenar o espaço urbano, tendo inclusive criado a Lei 2.262 em 1999, já citada neste estudo, que em seu artigo 1º ressalta que a padronização do espaço público viria a fomentar a atividade turística. O artigo 2º lista as vias públicas que passariam a integrar os corredores turísticos, sendo elas: Rodovia das Cataratas, Avenida Tancredo Neves, Avenida Juscelino Kubistchek, Avenida Jorge Schimmelpfeng, Avenida General Meira, Avenida das Cataratas, Trevo do M`Boicy, Estrada Velha de Guarapuava, trecho compreendido entre a Avenida Iguaçu e o limite territorial do Município, BR 277, trecho compreendido entre o limite territorial do Município e a Ponte da Amizade, Ponte da Amizade, Avenida Beira Rio, Avenida João Ricieri Maran, Ponte Tancredo Neves, Avenida Costa e Silva, Avenida Paraná, trecho compreendido entre o Trevo do M`Boicy e a Avenida República Argentina, Avenida Brasil, trecho compreendido desde o seu início até a Avenida Jorge Schimmelpfeng e Avenida Mercosul. Houve leis posteriores que adicionaram mais vias públicas aos corredores turísticos: Avenida Tarquínio Joslin dos Santos, Rua Almirante Barroso, Rua Marechal Deodoro, Rua Marechal Floriano Peixoto, Rua Santos Dumont, Rua Benjamin Constant no trecho compreendido entre a Avenida Jorge Schimmelpfeng e a Rua Belarmino de Mendonça, Avenida República Argentina, trecho compreendido entre a Avenida Beira-Rio até a Praça da Bíblia, Avenida Morenitas, Avenida Mário Filho, Rua Tarobá, Rua Cosmoética, Avenida Maria Bubiak - trecho compreendido entre a BR - 469 e a Avenida Felipe Wandscheer.

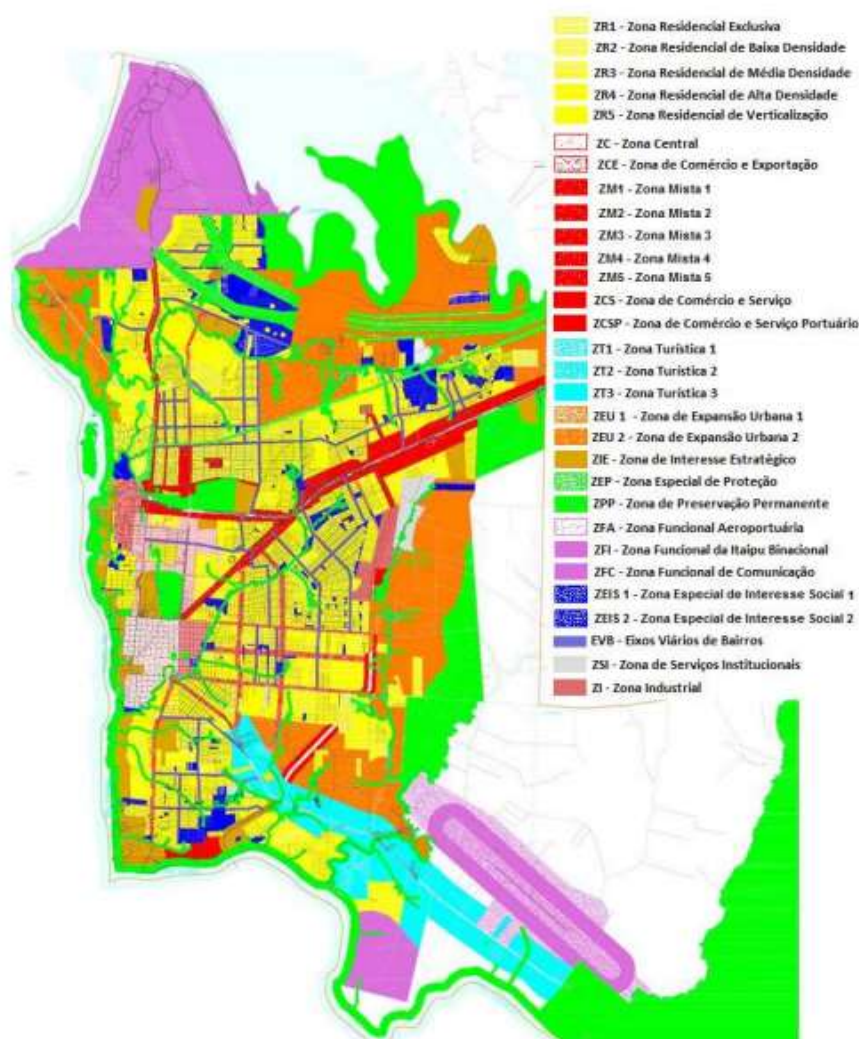
O artigo 3º discorre sobre os equipamentos e mobiliários urbanos a serem padronizados: abrigos de ônibus e pontos de táxis dotados de Painéis de Serviços e Informações de serviços viários, sinalização de trânsito, sinalização turística em três idiomas, quiosques ou lojas de conveniências credenciados, lixeiras, telefones públicos, e outros, de acordo com a necessidade.

O ordenamento físico territorial está presente também no PPIS (2016) no macrozoneamento, que apresenta diretrizes para orientar o planejamento e definição de políticas públicas para induzir o processo de urbanização e, para isto, foram definidas nove Macrozonas, considerando a questão ambiental e estrutura ambiental, sendo elas: Área de Conservação, Área de Preservação Permanente, Área de Urbanização Consolidada, Área de Urbanização Prioritária, Área de Expansão

Urbana 1, Área de Expansão Urbana 2, Área Funcional, Área Rural e Urbanização Específica do Alto da Boa Vista e da Vila Bananal.

A partir da apresentação são descritas diretrizes a serem realizadas em cada uma das macrozonas e, na sequência são apresentadas as zonas em vigência e as zonas propostas para o novo zoneamento e uso e ocupação do solo de Foz do Iguaçu, que somam 26 zonas (Figura 15), sendo 3 delas zonas turísticas: Zona Turística 1 (ZT1), Zona Turística 2 (ZT2) e Zona Turística 3 (ZT3).

Figura 15 - Zoneamento e Uso e Ocupação do Solo



Fonte: PPIS (2016)

A ZT1 compreende o trecho da Avenida das Cataratas onde já estão implantados alguns hotéis. É permitido uso habitacional, comercial e serviços vicinais

e de lazer, cultura e hospedagem com restaurante. A habitação coletiva pode ocorrer desde que observados os interesses paisagísticos da área.

A ZT2 possui a permissão de usos semelhantes à ZT1 e por estar localizada em uma área ao longo da Rodovia das Cataratas os parâmetros construtivos devem ter lote mínimo e com limite de altura máxima de pavimentos.

A ZT3 refere-se às áreas nobres nas margens do rio Iguaçu e deve ser estimulado o uso da atividade turística, observando o limite de altura de pavimentos e as construções não devem comprometer a paisagem e devem garantir a proteção ambiental.

Apesar de na Lei 2.262/1999 que instituiu os Corredores Turísticos terem sido integradas diversas avenidas, percebe-se que no PPIS (2016) a Rodovia das Cataratas é o principal corredor turístico, segundo a proposta de zoneamento apresentada, seguido da área próxima ao rio Iguaçu, que faz parte do projeto Beira Foz.

O volume III do documento apresenta as diretrizes e proposições, juntamente com seus prazos de realização (curto, médio ou longo). Reproduz-se no quadro 16 as propostas para o turismo respectivamente.

Quadro 16 - Diretrizes e Proposições para o Turismo (PPIS, 2016)

DIRETRIZES	PROPOSIÇÕES	PRAZOS		
		Curto	Médio	Longo
Realizar programas e incentivos que atendam às necessidades levantadas	Desenvolver a cadeia de valores do turismo para atração de novos investimentos para aumentar a permanência do turista e aumentar a integração das atividades econômicas.	x		
	Promover a integração entre turismo e comércio para elevar empregos e renda e aproveitar o potencial comercial existente.	x		
	Programas de apoio e estratégia de feiras, exposições, viagens de incentivos, congressos para geração de novos fluxos turísticos.	x		
Adequar a infraestrutura urbana e os	Melhorias nos corredores turísticos com sinalização viária, canteiros ajardinados e iluminação adequada		x	
	Buscar parcerias público-privadas para viabilização do projeto do Autódromo			x

serviços públicos para atender as demandas da população	Incentivar/manter o Complexo do Marco das Três Fronteiras	x		
	Revitalizar o complexo turístico da praia de Três Lagoas			x

Fonte: Elaborado por Welter (2021), baseado em PPIS FOZ (2016).

Percebe-se que a comunidade foi envolvida e teve suas reivindicações pontuadas, todavia, quando se tratou de documentar as ações a serem realizadas para sanar as carências, estas não atenderam todas as áreas, como a cultura e o patrimônio cultural relacionando-as com o turismo. Isto fica evidente no primeiro grupo de ações, na diretriz “Programa de incentivos” em que são citadas como necessárias ações de planejamento para poder captar mais turistas para movimentar a economia local. Na segunda diretriz fica clara a necessidade de infraestrutura mais uma vez.

Algumas ações foram pontuadas em relação à cultura, como: melhoria dos equipamentos culturais, informatização das Bibliotecas Públicas, adequação de espaços para eventos, implantação de um Teatro Municipal, construção do Museu dos Pioneiros e construção da Praça Histórica, mas não houve o relacionamento desta área com o turismo, ficando evidente a necessidade de captação de demanda e adequação da infraestrutura para receber os turistas como prioritários quando se trata do desenvolvimento turístico.

Como nos lembra Prats (2003) turismo e patrimônio podem se complementar, sendo planejados de forma a potencializar efeitos positivos, pois o turismo representa para o patrimônio ingressos, vitalidade e relevância política e enriquece a oferta turística, mas deve mitigar desencadeamentos negativos como o mercantilismo abusivo.

Diversas conclusões foram feitas a partir das análises realizadas neste capítulo. A fronteira, as águas dos rios que circundam este território e até mesmo a multiculturalidade são apontados como atrativos, devendo ser melhor aproveitados, tornando-se elementos vinculados à imagem do destino.

Todavia, vale ressaltar que ora a fronteira é vista como um atrativo turístico, ora é vista como o Outro. Exemplo disso é a citação em diversos planos da localização privilegiada de Foz do Iguaçu, em que a fronteira é apresentada como chamariz, tendo sua cultura, gastronomia e atrativos somados aos atrativos de Foz do Iguaçu com o objetivo de prospectar visitantes. Porém, o lado de cá (Foz do Iguaçu) precisa ter

maior destaque, não podendo ter um aeroporto menor ou estar em desvantagem pelo centro comercial de Ciudad del Este. É junto, mas é separado.

Além do turismo, o comércio é apontado como um dos principais vetores de desenvolvimento econômico para Foz do Iguaçu, principalmente após o término da construção da Usina de Itaipu, tendo inclusive o turismo feito parte dos planos do fundo a ser criado com o projeto da Área de Livre Comércio, em que ambos setores poderiam beneficiar-se, evidenciando mais uma vez, a necessidade de trazer o comércio que gerava milhões de dólares em Ciudad del Este para Foz do Iguaçu.

Em relação à forma de organização dos documentos analisados, evidenciou-se diversas vezes o *looping* diagnóstico, seguido de propostas, novo diagnóstico, novas propostas, o que indica a dificuldade de compreensão do que foi executado de fato, por falta de processos de monitoramento implicando a falta de continuidade entre uma gestão municipal e outra.

Recuperam-se alguns exemplos de propostas que contemplaram os saberes e fazeres locais, apresentados no quadro 17:

Quadro 17 – Propostas relacionadas aos saberes e fazeres nos documentos municipais de Foz do Iguaçu (1968-2019)

DOCUMENTO	PROPOSTA
Plano Diretor de Desenvolvimento e Turismo de Foz do Iguaçu (1968)	Restaurantes com pratos típicos brasileiros
Seminário de Turismo de Foz do Iguaçu: Criação Municipal de Turismo (1980)	Valorização das tradições artísticas culturais e folclóricas da região com criação da Casa da Cultura, Teatro da Pedreira, Museu Histórico de Foz do Iguaçu e Cooperativa de Artesanato;
Dossiê/ Cartilha Plano Diretor para o Desenvolvimento do Turismo em Foz do Iguaçu (s/d)	Criação de museus, artesanato ou outros signos que remetem à cultura da tríplice fronteira, como artesanato da cultura tupi-guarani.
Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (1992)	Criação de museus e outros espaços de visitação e roteiros alternativos, Incentivo à produção de artesanato local e de sua comercialização.
Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Foz do Iguaçu (1994)	Sem propostas.
Programa de Conscientização Turística da FOZTUR / Ações Desenvolvidas pela Prefeitura de Foz do Iguaçu (1995)	Construção de um espaço urbano estruturado, integrado e sustentável, que promova a segurança na fronteira, a valorização do meio ambiente, a inclusão social, a ampliação da oferta de turismo e o desenvolvimento socioeconômico.
Apostila da FOZTUR – Programa de Conscientização Turística (s/d)	Não é proposta, mas ressalta a importância da preservação do patrimônio turístico local e da preservação ambiental.

Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Foz do Iguaçu (1996)	Sem propostas.
A Retomada do Turismo (s/d)	Sem propostas.
Lei Complementar Nº 115 de 09/10/2006 – Criação do Plano Diretor de Foz do Iguaçu	Preservação, à proteção e à recuperação do meio ambiente e do patrimônio cultural, histórico, paisagístico e arqueológico, compatíveis com a segurança e saúde de seus usuários e das propriedades vizinhas.
Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (2011)	Sem propostas.
Política Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu (2014)	Valorização do patrimônio histórico, cultural, artístico, arqueológico e o respeito aos costumes e às tradições das comunidades locais em sinergia com a conservação da natureza;
Conferências Municipais de Turismo (2012/2014/2019)	Criação de um museu, um teatro municipal e viradas culturais, “valorização e resgate da cultura local e da memória”, criar espaços de interação entre os turistas e a comunidade, desenvolvimento do turismo histórico e cultural;
Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado Sustentável (2016)	Aproveitamento dos recursos históricos culturais, melhorar equipamentos culturais, criar museu, teatro municipal e praça histórica.

Fonte: Welter (2021).

Verifica-se que houve documentos em que não apresentaram propostas relacionadas aos saberes e fazeres locais, mas a maioria apresentou propostas que poderiam valorizar os saberes e fazeres locais, mas estas não eram detalhadas e inclusive, apesar de serem apontadas pela comunidade local a exemplo das reivindicações dos participantes das audiências públicas realizadas em 2015 e em 2016 na ocasião do PPIS Foz (2016), estas não foram elencadas como ações a serem executadas em sua plenitude, caracterizando a exclusão da borda. Analisa-se que mesmo quando as bordas são convidadas a participar, são ‘ouvidas’, mas não têm suas demandas atendidas de forma prática.

Em relação ao centro, as bordas, ao trade turístico e a comunidade, estes são considerados da seguinte forma no documento: o centro – o próprio trade turístico, composto pelas entidades que se associam ao COMTUR e ao órgão municipal de turismo – a Secretaria Municipal de Turismo; as bordas – a comunidade receptora local, que inclui trabalhadores ligados direta e indiretamente à atividade turística, em alguns momentos toda a sua totalidade é alvo de conscientização turística; e em outros apenas os primeiros são alvo desta conscientização, que cabe ressaltar – é meramente tecnicista, com o objetivo de bem atender o turista para que este possa bem avaliar e retornar ao destino.

A Política Municipal de Turismo (2014) possui diretrizes abrangentes que se colocadas efetivamente em prática pode ser capaz de alterar este cenário, em que as bordas possam deixar de ser contempladas apenas no discurso.

Espera-se que haja superação, igualmente do fetiche relacionado ao passado desenvolvimentista, em que as obras de infraestrutura são consideradas um fator crucial para a consolidação do turismo, presentes e com maior destaque, tanto de forma discursiva, quanto prática, nas políticas públicas federais de turismo, bem como as políticas públicas municipais de turismo em Foz do Iguaçu. Não que elas sejam eliminadas, uma vez que o turismo requer de infraestrutura para bem receber o turista, mas que este seja somado às demais reivindicações não do centro, mas igualmente das bordas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Localizada em uma fronteira peculiar entre Paraguai e Argentina, o território em que está localizada Foz do Iguaçu atualmente passou por diversas mudanças ao longo de sua história, tendo sido marcado por diversos fluxos migratórios, que contribuíram para a decorrência de modificações físicas, econômicas, sociais e culturais.

Outra marca relevante e foco deste estudo é o turismo, tendo Foz do Iguaçu se consolidado com um dos maiores destinos turísticos brasileiros nos últimos anos, com aumento progressivo, porém, não de forma constante como alguns discursos pregam, devido ao caráter sazonal da atividade (feriados e férias escolares), além de ocorrência de quedas de demanda por fatores internos ou externos como crises políticas, econômicas ou sanitárias.

O discurso de que o turismo é historicamente a atividade motriz da economia de Foz do Iguaçu começa a ser desconstruído no terceiro capítulo desta tese, em que fica visível a precária ligação de Foz do Iguaçu com as demais cidades do estado, sendo utilizada predominantemente a via fluvial, comandada em grande parte por empresas estrangeiras e, em caso da escolha da via terrestre, diversos dias seriam necessários, sem contar os percalços enfrentados devido às características das estradas, desde picadas abertas no período da instituição da Colônia Militar que em pouco tempo eram tomadas pela vegetação novamente, ou dificuldades como carros atolados na BR-277 nas primeiras décadas do Século XX.

Apesar da dificuldade de acesso, o turismo já era vislumbrado como uma atividade econômica promissora, tendo sido divulgado os Saltos de Santa Maria (atualmente nomeada de Cataratas do Iguaçu) pela madeireira argentina Nuñez e Gibaja e recebido turistas europeus (LIMA FIGUEIREDO, 1937), o que além de indicar que moradores deste território já vislumbravam a exploração econômica das Cataratas do Iguaçu, igualmente fornecem indícios da ligação da exploração dos recursos nativos com o turismo.

A conexão do turismo com estas atividades predatórias confirma-se novamente a partir do investimento de capital financeiro no turismo subsidiado pela lei de terras devolutas administradas por Jorge Schimmelpfeng, em nome da Companhia de Maderas del Alto Paraná S/A. Jorge Schimmelpfeng tornou-se o

primeiro prefeito de Foz do Iguaçu e é considerado um dos pioneiros do turismo de Foz do Iguaçu por ter investido neste setor.

Com o passar do tempo, o aproveitamento turístico das Cataratas do Iguaçu é reiterado como relevante para trazer desenvolvimento econômico e passa a ser atrelado de forma mais enfática à necessidade de infraestrutura para tal, como estradas de rodagem (CRESTANI, 2019). A partir de 1930 começam a ter alguns avanços neste sentido, como a construção de um Campo de Aviação, no Gresfi, que ressalta o poder político de Foz do Iguaçu, uma vez que não havia estradas pavimentadas praticamente, até mesmo a pista do aeroporto não o era, e sim de *guanxuma*⁹¹.

Outros destaques como a construção do Hotel Cassino (1938) e a criação do Parque Nacional do Iguaçu (1939) são relevantes, mas é a partir das décadas de 1950 e 1960 que a cidade passou a ter ares mais industrializados, com aumento da população e conseqüentemente maior urbanização, tendo construído entre 1956 e 1965 a Ponte Internacional da Amizade e a BR-277 em 1969 que significaram o início de uma duradoura parceria entre Brasil e Paraguai, selado posteriormente com o Tratado de Itaipu em 1966, com início da construção de Itaipu em 1973.

A partir e com a Itaipu diversas obras de infraestrutura foram realizadas, tanto no seu canteiro de obras e vilas habitacionais, bem como investimento na pavimentação de ruas, avenidas, estradas e pontes em Foz do Iguaçu e em outras localidades para o transporte das peças das unidades geradoras.

Com o término da construção da Usina, observaram-se diversos problemas sociais, fruto do aumento da população e conseqüente altas taxas de desemprego, tendo muitos ex-trabalhadores ocupado-se em atividades informais no comércio de Ciudad del Este. Ocorre assim, a fusão do turismo com o *comprismo* - compra de produtos importados para revenda em todo o Brasil. Há tentativas de dissociação da imagem do turismo com o comércio de Ciudad del Este (A RETOMADA DO TURISMO, s/p) que, a partir de 2002 passa a ser coibido de forma ostensiva pelo governo federal por meio de operações contra o contrabando.

⁹¹ A *guanxuma* (*Sida carpinifolia*) é uma planta que pode ser usada para produção de chá, mas também pode ser tóxica para bovinos. Ela atinge cerca de 0,7 metros e se alastra por meio da disseminação de sua semente. Veja mais em: <https://pastoextraordinario.com.br/voce-ja-ouviu-falar-na-guanxuma/>. Acesso em 12 de outubro de 2021.

Assim como houve investimentos em infraestrutura pública pela Itaipu Binacional no passado e perpetuando até os dias atuais (2021), houve, igualmente, a aposta no turismo, tendo, inclusive, a Usina binacional inserido o turismo em sua missão institucional em 2003, passando a apoiar financeiramente obras de infraestrutura para qualificar o destino turístico, bem como investimento em marketing, participação em feiras nacionais e internacionais, etc, para divulgar o destino. Desta forma, as obras de infraestrutura têm sido uma recorrente justificativa, até mesmo um fetiche - para projetar Foz do Iguaçu como um destino turístico nacional e internacional.

A justificativa de investimentos bilionários em infraestrutura para o desenvolvimento do turismo é ressaltada nas políticas públicas federais de turismo, igualmente, sendo reproduzidos discursos de que o turismo poderia ser o salvador de economias em decadência ou capaz de minimizar desigualdades, provando ser esta uma tese insustentável, uma vez que o turismo submete-se às regras vigentes do modo de produção capitalista, estando sujeito às suas contradições, não sendo capaz de eliminar desigualdades (CRUZ, 2002). A forma como este é conduzido pode ser capaz de mitigá-las ou torná-las ainda mais severas.

Especificamente sobre os documentos analisados na esfera municipal observou-se o padrão de um *looping*: diagnóstico, seguido de propostas, seguido de novo diagnóstico, seguido de novas propostas a cada gestão, dificultando a visualização do que foi executado ou não, sem gestão de processos ou gestão de projetos, com falta de monitoramento ou registro de lições aprendidas, ocasionando a falta de continuidade do que foi proposto *versus* executado para que o turismo pudesse avançar.

O planejamento da infraestrutura básica que inclui o turista e o morador igualmente não teve centralidade, predominando, assim como nas políticas públicas federais, a necessidade de investimento em obras de infraestrutura de visibilidade, como ampliação de avenidas e construção de viadutos, por exemplo.

Outro fator apontado em alguns planos foi a criação ou melhor aproveitamento de atrativos turísticos, inclusive apontando a fronteira, a multiculturalidade e as águas dos rios que circundam este território como atrativos.

Se de um lado a fronteira é tida como um atrativo, esta também é vista como competição - o Outro, evidenciado por meio do discurso de que o lado de cá (Brasil, Foz do Iguaçu) precisa ter uma melhor infraestrutura do que o lado de lá (Ciudad del

Este, Paraguai). É junto, mas não é, ficando demarcados o Eu e o Outro – o centro (Foz do Iguaçu) e as bordas (Ciudad del Este) neste caso.

Vê-se, assim, que há uma dinamicidade – as relações não são dadas ou estáticas, mas fluídas. Assim como Ciudad del Este pode representar a borda em relação a Foz do Iguaçu (centro) quando se falam em ações de desenvolvimento turístico regional fronteiriço, ficou evidente a partir da análise dos documentos a configuração do *trade turístico* (composto por representantes de associações civis, juntamente com entidades públicas como a Secretaria Municipal de Turismo) como centro – articulador político e econômico do turismo em Foz do Iguaçu, tendo como bordas a comunidade local – direta, indireta com o turismo.

Chegou-se a esta conclusão, pois o trade turístico tem utilizado a estratégia de articulação de reunir entidades da oferta turística e a órgãos públicos ou associações (comercial, de turismo, etc), sendo estes os responsáveis por elaborar os diagnósticos do turismo em Foz do Iguaçu que resultam em planos de ações ou propostas que conduzem o ordenamento e rumos do planejamento turístico em Foz do Iguaçu.

Em relação às bordas, esta caracteriza-se pela comunidade local envolvida diretamente com o turismo (trabalhadores da oferta turística), comunidade envolvida indiretamente com o turismo (comerciantes e outras atividades não relacionadas com o turismo de forma direta), representadas nos documentos municipais ou como foco de qualificação ou quando é citado que houve envolvimento da comunidade, esta ocorre apenas de forma discursiva, pois na prática, os indícios apontaram que o centro utilizou seu poder político para priorizar obras de infraestrutura no passado e no presente em detrimento de outras demandas propostas.

A tendência de priorização de obras de infraestrutura revela-se um fetiche relacionado ao passado desenvolvimentista, em que a infraestrutura seria capaz de transmitir uma imagem de país desenvolvido, neste caso, de cidade desenvolvida e preparada para receber turistas nacionais e internacionais. Assim, a qualificação do morador, trabalhador da oferta turística direto ou indireto e gestores figuram tanto nos planos federais como uma prerrogativa crucial a ser atendida, quanto nos documentos municipais analisados.

Conforme visto em Barreto (2005) as comunidades receptoras devem ser inseridas, ouvidas e inclusive devem se pronunciar quanto ao desenvolvimento ou não desenvolvimento do turismo em suas localidades, pois quanto maior a

participação, maior é a efetivação das reivindicações particulares e comuns de seus membros (DUSSEL, 2007).

Esta participação deve ser consciente e crítica, de forma que as pessoas possam perceber suas próprias capacidades e potencialidades, muitas vezes degradadas devido às relações centro-periferia dominantes (MAX-NEEF, 1986), contribuindo assim para sua auto independência.

A comunidade local de Foz do Iguaçu foi convidada a participar no Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (1992) e, anos mais tarde, nas Conferências Municipais de Turismo (2012/2014/2019) e no Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado Sustentável (2016), tendo sido mencionada em praticamente todos os documentos analisados, tanto nos documentos da esfera federal, quanto municipal quando se trata da conscientização turística, com foco na hospitalidade, para que possam bem receber o turista e ele possa voltar, o que caracteriza uma formação tecnicista. A qualificação gerencial é citada apenas para gestores da oferta turística, evidenciando uma hierarquização dos temas trabalhados, sem desenvolvimento de criticidade quanto ao fenômeno turístico.

Do ponto de vista do desenvolvimento sustentável do turismo durante o período analisado, especificamente em relação à perspectiva social e cultural do conceito - os saberes e fazeres locais foram considerados em alguns documentos quando da apresentação em formato de proposta, porém, sem maior detalhamento, tampouco receberam fomento para a sua execução, diferentemente de obras bilionários de infraestrutura. O maior destaque foi a Política Municipal de Turismo (2014) que estabeleceu como princípios a livre iniciativa, a descentralização, inclusão social da população, desenvolvimento econômico social justo, preservando as características físicas, culturais, históricas e ambientais, que se enquadram em grande parte das proposições realizadas neste estudo.

Assim, o objetivo geral que residia em documentar e analisar como ocorrem as articulações entre os atores locais na construção das políticas públicas de turismo de Foz do Iguaçu, se havia demarcação entre centro e bordas e em que medida os saberes e fazeres locais foram incluídos ou não da gestão turística municipal foram atendidos, tendo se confirmada a tese de que os centros e as bordas estão bem demarcados. O centro utilizou seu poder político e econômico ao longo do tempo para conduzir os rumos do turismo, enquanto as bordas têm sido um instrumento para bem

receber, tendo seus saberes e fazeres incluídos apenas de forma teórica, sem execução, em detrimento da priorização de obras de infraestrutura.

Apontou-se como caminho para superação do looping diagnóstico, seguido de propostas e novos diagnósticos e novas propostas, a opção do desenvolvimento do turismo considerando todas as potencialidades do destino de Foz do Iguaçu, inclusive a perspectiva cultural, pois ao serem levantamentos aspectos relevantes da história local, quem sabe ainda não registrados ou suficientemente disseminados, mas que compõem a memória e a identidade local requer o envolvimento da comunidade local. A partir disso, podem ser formatados produtos turísticos que possam enriquecer a experiência do turista, reforçar o sentimento de pertencimento ao local, orgulho da sua história conforme apontado pelo MTUR (2006) que menciona o quanto é crucial o envolvimento da comunidade local no processo de organização do turismo cultural.

Neste processo, além de envolver a comunidade, faz-se necessária a integração do planejamento turístico com as demais políticas municipais, devido ao caráter plural e complexo do fenômeno turístico, de forma que o turismo seja desenvolvido considerando as possíveis interferências negativas ao meio ambiente, à cultura local, etc, agindo de forma planejada para mitigá-las.

De outro lado, o patrimônio cultural do município pode ser planejado de forma que haja fruição cultural entre moradores e turistas, sem espetacularização da cultura, equilibrando a massificação do turismo e respeito aos ritmos individuais dos cidadãos e à sua cultura, negando a hierarquização de culturas para construir uma forma de turismo desfetichizada, distante da estereotipização, em resposta à Meneses (1996).

Apesar de parecer um grande desafio, pois além do planejamento participativo e o respaldo de políticas socioeconômicas, culturais e ambientais à implementação das políticas de turismo, a sociedade precisa comprometer-se com a busca da utopia do bem comum (BARRETO, 2005).

Os consumidores estão cada vez mais carentes de experiências significativas, que os conectem com o que há de mais puro do conceito de “comunidade”, que acolhe, protege e aconchega, em um mundo cada vez mais caótico, os turistas querem atuar, ser responsáveis e solidários, estando abertos para realizar trocas culturais com outros mundos (ZAOUAL, 2009). Portanto, se a mudança não partir devido à “via utópica”, poderá se dar pela via da mudança dos hábitos dos consumidores e, os destinos que estiverem mais atentos poderão se destacar no cenário nacional ou internacional. E que este destaque seja pela via do protagonismo

real dos moradores locais, de forma efetivamente participativa, considerando seus saberes e fazeres locais.

À guisa de conclusão, as limitações deste estudo foram: a) seleção dos documentos impressos e disponíveis *online*, uma vez que a análise da pesquisa se deu em 2020 - primeiro ano da pandemia da Covid-19, com bibliotecas fechadas, com posterior abertura com restrições e, em relação às buscas *online*, não há um portal ou base de dados disponível que contenha todos os documentos relacionados ao desenvolvimento do turismo de Foz do Iguaçu, tendo sido necessárias estratégias de contato com servidores públicos, professores ou busca *online* para obtenção dos documentos; b) disponibilidade de tempo da autora ao desenvolver a tese sem bolsa de estudos ou afastamento por trabalhar em uma empresa privada que não prevê este tipo de benefício, além de acumular a função de mãe e professora de uma criança de sete anos devido ao isolamento social, além de atividades domésticas no lar, tendo feito a gestão do tempo para dedicação à tese aos finais de semana e folgas, quando estas eram possíveis.

Como desdobramentos para futuros estudos sugere-se o monitoramento dos últimos documentos analisados - o Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado Sustentável (2016), a Conferência Municipal de Turismo de 2019, bem como a Política Municipal de Turismo (2014) por serem mais recentes e vigentes. Poderão ser analisados se outros documentos foram gerados a partir das propostas apresentadas nesses documentos e se estas originaram planos de ações, atribuição de responsáveis, cronograma, custos, etc.

Pesquisas deste teor podem evidenciar se o planejamento turístico municipal está sendo monitorado, como o exemplo da proposta número 15 da Conferência Municipal de Turismo de 2019 "Criação de uma Plataforma Digital Institucional do Destino Iguaçu", que como visto no terceiro capítulo no subitem "Turismo na Era Digital", esta tem sido uma tendência entre os consumidores, tanto como forma de captação de público, quanto para divulgar atrativos culturais, além dos já bastante midiáticos, como os citados igualmente no terceiro capítulo desta tese: Feirinha da JK, Free Walking Tour, Espaço de Memória do Gresfi, e até mesmo o Ecomuseu de Itaipu, lembrando que estes atrativos em si não seriam os responsáveis pelo aumento significativo da demanda ou consolidação do turismo em Foz do Iguaçu, sendo necessário o planejamento integrado do turismo e demais áreas, de forma participativa, envolvendo a comunidade de forma efetiva, visibilizando e respeitando

seus saberes e fazeres. Assim, o turismo pode ser um agente transformador, mitigando possíveis interferências negativas.

REFERÊNCIAS

3C ARQUITETURA E URBANISMO. Disponível em <http://www.3c.arq.br/>. Acesso em 02 jan. 2021.

ADOLPHO, Conrado. **Os 8Ps do Marketing Digital**: o guia estratégico de marketing digital. São Paulo: Novatec, 2011.

ALMEIDA, Marco Antonio Bettine de; GUTIERREZ, Gustavo Luis. **O lazer no Brasil: do nacional-desenvolvimentismo à globalização**. Conexões, Campinas, SP, v. 3, n. 1, p. 36–57, 2007. DOI: 10.20396/conex.v3i1.8637887. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/conexoes/article/view/8637887>. Acesso em: 28 mar. 2021.

ALMEIDA, Lia de Azevedo. **Poder e políticas públicas**: O que nos dizem os modelos teóricos?. Agenda Política, [S. l.], v. 4, n. 3, p. 216–237, 2021. DOI: 10.31990/10.31990/agenda.ano.volume.numero. Disponível em: <https://www.agendapolitica.ufscar.br/index.php/agendapolitica/article/view/115>. Acesso em: 15 ago. 2021.

AMANAJÁS, Roberta; KLUG, Letícia. **Direito à cidade, cidades para todos e estrutura sociocultural urbana**. In: COSTA, Marco Aurélio (Org.) A nova agenda urbana e o Brasil: insumos para sua construção e desafios à sua implementação. Brasília: Ipea, 2018. p.29-44.

AMARAL, Arthur Bernardes. **A guerra ao terror e a tríplice fronteira na agenda de segurança dos Estados Unidos**. 278f. 2008. Dissertação (Mestrado em Relações Internacionais) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – Rio de Janeiro-RJ, 2008.

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. Disponível em: <https://www.ama.org/>. Acesso em 11 de fev. de 2021.

ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. 3ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

ARAUJO, Cristina Pereira de. **Da Embratur à política nacional de turismo**. Pós. Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP,

[S. l.], v. 19, n. 31, p. 146-163, 2012. DOI: 10.11606/issn.2317-2762.v19i31p146-163. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/posfau/article/view/48087>. Acesso em: 26 dez. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BLOGS DE VIAGENS. Disponível em: <https://abbv.net.br/>. Acesso em 14 mar. 2020.

AUAD, Denise; PEDROSA, João Cláudio H; MARTIMIANO, Maria de Lourdes, et. al. **Mecanismos de participação popular no Brasil**: plebiscito, referendo e iniciativa popular. Revista Brasileira de Direito Constitucional, N. 3, p.291-323, jan./jun., 2004. Disponível em: <http://www.esdc.com.br/seer/index.php/rbdc/article/view/73/73>. Acesso em 04 jan. 2021.

AUGÈ, Marc. **Não-lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Trad. Maria Lúcia Pereira. Campinas, SP: Papirus, 1994.

BARRETTO, Margarita. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas: Papirus, 1991.

BARRETTO, Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. 11. ed. Campinas, SP: Papirus, 1995.

BARRETTO, Margarita. **Planejamento Responsável do Turismo**. Campinas: Papirus, 2005.

BARTHOLO, R; SAN SOLO, D.G; BURSZTYN. **Turismo de base comunitária**: Diversidades de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: RJ: Letra e Imagem, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BENI, Mário. **Análise Estrutural do Turismo**. SENAC: São Paulo, 2000.

BERTALANFFY, Ludwig Von. **Teoria Geral dos Sistemas**. Trad. Francisco M. Guimarães. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

BOISIER, Sergio. **Em busca do esquivo desenvolvimento regional**: entre a caixa-preta e o projeto político. *Planejamento e Políticas Públicas*, Brasília, n. 13, p. 111-147, 1996.

BRASIL. Agência Brasil. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/>>. Acesso em 29 de fev. de 2020.

BRASIL. Câmara Legislativa. Disponível em:<<https://www.camara.leg.br>>. Acesso em 25 de fev. de 2020.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2020]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 28 dez. 2020.

BRASIL. **Estatuto da Cidade**: Lei 10.257 de 10 de julho de 2001. 3. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2010.

BRASIL. **Programa Nacional de Municipalização do Turismo**. 1995.

BRITO, José Maria. **Descoberta de Foz do Iguassú e fundação da Colônia Militar**. *Boletim do Instituto Histórico, Geográfico e Etnográfico Paranaense*. Curitiba, v. XXXII. 1977.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Los usos sociales del Patrimonio Cultural**. In: AGUILAR, Encarnación C. *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. 1999. p. 16-33.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Diferentes, desiguais e Desconectados: mapas da interculturalidade**. Tradução Luiz Sérgio Henriques. – 3. Ed. – Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

CAPES. **Interdisciplinaridade como desafio para o avanço da ciência e da tecnologia**. In: PHILIPPI JUNIOR, A. et al. (Orgs). Coordenação de área interdisciplinar: catálogo de programas de pós-graduação – mestrado e doutorado. Brasília: CAInter/Capes, 2008. P.2. (CD-ROM).

CARDOSO, Fernando Henrique; FALETTO, Enzo. **Repensando dependência e desenvolvimento na América Latina**. In SORJ, B., CARDOSO, FH., and FONT, M., orgs. Economia e movimentos sociais na América Latina [online]. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisa Social, 2008. pp. 4-20. ISBN 978-85- 99662-59-5. Available from SciELO Books .

CARDIN, Eric Gustavo. **Segurança e desenvolvimento nas regiões de fronteira**. In: PINASSI, Maria Orlanda (org.) Dimensões da miséria desenvolvimentista Brasil-América Latina. São Paulo: Alameda, 2016. p. 191-208.

CARVALHO, Karoliny Diniz. **Turismo e preservação do patrimônio cultural na visão dos moradores do bairro da Praia Grande em São Luís/MA**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo v. 3, n. 1, p. 25-45, abril 2009.

CASTELLI, Geraldo. Hospitalidade: **A inovação na gestão das organizações prestadores de serviços**. São Paulo: Saraiva, 2010.

CATARATAS DO IGUAÇU. Disponível em: <<http://www.cataratasdoiguacu.com.br/>>. Acesso em 25 de fev. de 2020.

CATARATAS DO IGUAÇU. Passe Comunidade. Disponível em: <<https://passecomunidade.cataratasdoiguacu.com.br/home>>. Acesso em 31 de julho de 2021.

CATTA, Luiz Eduardo. **Cotidiano de uma fronteira**: a perversidade da modernidade. 1994. 186 f. Dissertação (Mestrado em História) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1992.

CAVALCANTI, Marilda Couto; MAHER, Terezinha Machado. **Diferentes diferenças: desafios interculturais na sala de aula**. Ministério da Educação: Cefiel – Centro de Formação Continuada de Professores do Instituto de Estudos da Linguagem (IEL)/Unicamp, 2009.

CELLARD, André, et al. **A análise documental**. In: POUPART, J. et al. A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis, Vozes, 2008, p.295-316.

COLODEL, José Augusto. **Obrages & Companhias Colonizadoras**: Santa Helena na história do oeste paranaense até 1960. Curitiba - Paraná: Editora Educativa, 1988.

CONTENT MARKETING INSTITUTE. Disponível em: <https://contentmarketinginstitute.com/>. Acesso em 11 de fev. de 2021.

CORREIO DO PARANÁ (1933). Disponível em: <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acesso em 17 de jul. de 2021>.

CRESTANI, Leandro de Araújo. **História da ocupação na fronteira entre Brasil e Argentina (1881/1930)**: uma perspectiva comparada e transnacional. 2019. 308f. Tese (Doutorado em História Contemporânea) - Universidade de Évora - Évora, Portugal.

CRESWELL, John. W. **Projeto de Pesquisa**: Métodos qualitativo, quantitativo e misto. Tradução Magda Lopes. – 3ª ed. – Porto Alegre: Artmed, 2010.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Política de Turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2002.

CUNHA LIMA, Felipe Borborema; SILVA, Yolanda Flores e. **Redes e Arranjos para um Desenvolvimento em Escala Humana**: O Caso Projeto Querença. Vozes dos Vales, v. 12, p. 01-24, 2017.

CURY, Mauro José Ferreira. **Territorialidades Transfronteiriças do Iguassu (TTI):** Interconexões, Interdependências e Interpenetrações nas cidades da tríplice fronteira - Foz do Iguaçu (BR), Ciudad del Leste (PY) e Puerto Iguazú (AR). 2010. 234 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Paraná – Curitiba-PR.

DA MATTA, Roberto. **Relativizando: uma introdução à antropologia social.** Petrópolis: Vozes, 1986.

Dilema das Redes. Direção de Jeff Orlowski. Boulder: Exposure Labs, 2020. Disponível em: www.netflix.com.br. Acesso em 2 fev. de 2021.

DGEEC - Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos, 2015. Disponível em: <https://www.dgeec.gov.py/default.php?publicacion=2>. Acesso em 21 de jan. de 2021.

DITTRICH, Ivo. **Interdisciplinaridade e fronteiras: da representação às metáforas.** In: Congresso Internacional Interdisciplinar em Sociais e Humanidades (CONINTER), 3º, 2014, Salvador/BA: UCSal. Anais. ISSN 2316-266X, n.3, v. 4, p. 188-202.

DORATIOTO, Francisco. **Maldita guerra:** nova história da Guerra do Paraguai. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

DOS ANJOS, Francisco Antonio; HENZ, Aline Patricia. **Planejamento do Turismo no Brasil entre 2003 e 2007.** IX Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. 30 de agosto e 01 setembro de 2012 – Universidade Anhembi Morumbi - São Paulo.

DOMARESKI-RUIZ, T. C; FERNANDES, D; GÂNDARA, J. M. **A contribuição do Planejamento Urbano na Imagem e na Competitividade do Destino Turístico de Curitiba (PR).** Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 14 n. 2., p.150-166 ago. 2014.

DOSTOIÉVSKI, Fiódor. **Duas narrativas fantásticas**: A dócil e O sonho de um homem ridículo. Tradução de Vadim Nikitin. 1 ed. São Paulo: Editora 34, 2003.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e Cultura Popular**. 3ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

DUSSEL, Enrique. **1492 o encobrimento do outro**: a origem do mito da modernidade. Conferências de Frankfurt. Tradução de Jaime A. Classen. Petrópolis – RJ: Vozes, 1992.

DUSSEL, Enrique. **Vinte Teses de Política**. 1ª Edição. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – GLACSO: São Paulo: Expressão Popular, 2007.

DUSSEL, Enrique. **Carta a los indignados**. 1ª ed. – México: Jornada, 2011.

EDUCAÇÃO Patrimonial e Museologia Aero-Gresfiana: Um voo pela História de Foz do Iguaçu. Patrimônio Turismo e Fronteiras. 13 jul. 2021. 1 vídeo (1h51). **Live**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EE6Oe7vovto&t=2075s>. Acesso em 17 de jul. de 2021. Participação de Pedro Louvain.

FACEBOOK. Disponível em: <<https://www.facebook.com/>>. Acesso em 29 de Fev. de 2020.

FONSECA FILHO, Ari da Silva. **Educação e Turismo**: Reflexões para Elaboração de uma Educação Turística. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo v. 1, n.1, p. 5-33, set. 2007.

FOZ DO IGUAÇU. **Ações desenvolvidas pela Prefeitura de Foz do Iguaçu**, 1995.

FOZ DO IGUAÇU. **Apostila da FOZTUR - Programa de Conscientização Turística**, s/d.

FOZ DO IGUAÇU. **A RETOMADA DO TURISMO**, elaborado pela Associação Industrial e Comercial de Foz do Iguaçu (ACIFI), s.d.

FOZ DO IGUAÇU. **Dossiê / Cartilha Plano Diretor para o Desenvolvimento do Turismo em Foz do Iguaçu**, s/d.

FOZ DO IGUAÇU. **Inventário Técnico de Estatísticas Turísticas de Foz do Iguaçu**. Foz do Iguaçu (PR): SMTU, 2017. 20p.

FOZ DO IGUAÇU. **Lei Complementar Nº 115 de 09/10/2006**: Criação do Plano Diretor de Foz do Iguaçu.

FOZ DO IGUAÇU. **Lei Ordinária 2262 de 25 de novembro de 1999**. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/pr/f/foz-do-iguacu/lei-ordinaria/1999/226/2262/lei-ordinaria-n-2262-1999-institui-os-corredores-turisticos-como-elemento-de-estruturacao-e-de-padronizacao-do-espaco-turistico-de-foz-do-iguacu>. Acesso em 26 de dez. 2020

FOZ DO IGUAÇU. **Plano Diretor de Desenvolvimento e Turismo de Foz do Iguaçu**, 1968.

FOZ DO IGUAÇU. **Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado**, 1992.

FOZ DO IGUAÇU. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo De Foz do Iguaçu**, 1994.

FOZ DO IGUAÇU. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Foz do Iguaçu**, 1996.

FOZ DO IGUAÇU. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável: Polo Turístico de Foz do Iguaçu**, 2011.

FOZ DO IGUAÇU. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável**, Volume I - Análise Temática Integrada, 2016.

FOZ DO IGUAÇU. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável**, Volume II- Audiências Públicas e Participação Popular, 2016.

FOZ DO IGUAÇU. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável**, Volume III - Diretrizes e Proposições, 2016.

FOZ DO IGUAÇU. Plano Mobi Foz. Volume I. **Plano de Mobilidade Urbana de Foz do Iguaçu**. Ed. 1 Foz do Iguaçu: Prefeitura Municipal, 2018. 225 p.

FOZ DO IGUAÇU. **Lei nº 4.291 de 31 de Outubro de 2014**: Política Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu.

FOZ DO IGUAÇU. Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu (2015). **Edital Licitação para outorga de uso remunerado de área pública Marco das Três Fronteiras**. Anexo IV. Disponível em: <<http://www.pmfi.pr.gov.br>>. Acesso em 21. de mar. de 2020.

FOZ DO IGUAÇU. **Programa de Conscientização Turística da Foztur / Ações Desenvolvidas pela Prefeitura de Foz Do Iguaçu**, 1995.

FOZ DO IGUAÇU. **Relatório Final da I Conferência Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu - PR**. COMTUR, 2012.

FOZ DO IGUAÇU. **Relatório Final da II Conferência Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu - PR**. COMTUR/ Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu, 2014.

FOZ DO IGUAÇU. **Relatório Final da III Conferência Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu - PR**. Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu, 2019.

FOZ DO IGUAÇU. **Seminário de Turismo de Foz do Iguaçu**: Criação Municipal de Turismo, 1980.

FOZ DO IGUAÇU. **Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu**. Disponível em: <<http://www.pmfi.pr.gov.br/turismo>>. Acesso em 21. de mar. de 2020.

FOZ DO IGUAÇU. **Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu - Comparativo da Oferta Turística 1987 a 2019**. Disponível em: <<http://www.pmfi.pr.gov.br/turismo>>. Acesso em 12 de fev. de 2021.

FRATUCCI, Aguinaldo Cesar (2008). **A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo**: as possibilidades das redes regionais de turismo. Tese (Doutorado em Geografia) - Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro-RJ.

G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com>>. Acesso em 14 de mar. de 2020.

GARCIA, R. W. D. **A Comida, a Dieta o Gosto**. Mudanças na Cultura Alimentar Urbana. 1999. 305 f. Tese (Doutorado em Psicologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 1999.

GERHARDT, T.E; SILVEIRA, D.T. **Método de pesquisas**. Universidade Aberta do Brasil - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC. 1989.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. - São Paulo : Atlas, 2002.

GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas, sinais**: morfologia e história. Tradução: Federico Carotti. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

GOELDNER, Charles K; MCINTOSH, Roberto W; RITCHIE, J.R. Brent. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Tradução: Roberto Cataldo Costa. 8.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

GOMES, Christianne Luce. **Lazer, turismo e inclusão social: Intervenção com idosos** / Christianne Gomes, Marcos Pinheiro, Leonardo Lacerda. – Belo Horizonte : Editora UFMG, 2010.

GOMES, Mariana Selister. **Marketing Turístico e Violência contra as Mulheres: (des)(re)construções do Brasil como Paraíso de Mulatas**. 2009. 130f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Porto Alegre, SC.

GONZÁLEZ STEPHAN, B. **Economías fundacionales**. Diseño del cuerpo ciudadano. In: GONZÁLEZ STEPHAN, B. (comp.) Cultura y Tercer Mundo. Nuevas identidades y ciudadanías. Caracas: Nueva Sociedad, 1996.

GOOGLE. Busca orgânica. Disponível em: <<https://www.google.com.br/>>. Acesso em 14 de mar. de 2020.

GREGORY, Valdir. **Os eurobrasileiros e o espaço colonial: migrações no oeste do Paraná (19740-70)**. Cascavel: EDUNIOESTE, 2002.

GROULX, Lionel-Henri. **Contribuição da pesquisa qualitativa à pesquisa social**. In: POUPART, J. et al. A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2008, 95-124.

HARARI, Yuval Noah. **Sapiens: uma breve história da humanidade**. L&PM, 2011.

Harvey, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

Harvey, David. **O direito à cidade**. Lutas Sociais, 0(29), 73-89, 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/ls/article/view/18497>. Acesso em: 28 dez. 2020.

HUXLEY, Aldous. **Admirável mundo novo**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

IBGE. Censo Demográfico, 2010. Disponível em: <www.ibge.gov.br/cidades>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2021.

IBTV Cataratas Day 2012. 12 nov. 2016. 1 vídeo (2min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-OkviOGx_RM>. Acesso em 31 de julho de 2021.

IGLESIAS, Francisco. **Encontro de duas culturas:** América e Europa. Estud. av., São Paulo , v. 6, n. 14, p. 23-37, Apr. 1992 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141992000100003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 25 de Jan. de 2020. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40141992000100003>.

IGUASSU CITY TOUR. Disponível em: <<https://iguassucitytour.com.br/>>. Acesso em 26 Fev. 2020.

INDEC - Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas, 2001 e 2010. Disponível em: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-CensoProvincia-3-999-54-000-2010>. Acesso em 23 de jan. de 2021.

INFRAERO. Disponível em: <<http://www4.infraero.gov.br/>>. Acesso em 29 de fev. de 2020.

INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. Disponível em: <http://www.icmbio.gov.br/>. Acesso em 26 de Fev. de 2020.

Irving, M. A. (2009). **Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível?** n: BARTHOLO, R; SAN SOLO, D.G; BURSZTYN, I. **Turismo de base comunitária: Diversidades de olhares e experiências brasileiras.** Rio de Janeiro: RJ: Letra e Imagem, 2009. p. 108-121.

ITAIPU BINACIONAL. **Energia com Responsabilidade Social - Balanço Social,** 2003. Disponível em: <https://www.itaipu.gov.br/sites/default/files/relsust-2003.pdf>. Acesso em 11 fev. 2021.

ITAIPU BINACIONAL. Disponível em: <https://www.itaipu.gov.br/>. Acesso em 11 de fev. de 2021.

ITAIPU BINACIONAL. Disponível em: <<https://www.itaipu.gov.br/>>. Acesso em 26 de fev. de 2020.

KLAUCK, Samuel; SZEKUT, Andressa. **Diversidade populacional: discursos de fixação do patrimônio cultural de Foz do Iguaçu/PR.** Ideação, [S.l.], v. 14, n. 2, p. 157-177, mar. 2013. ISSN 1982-3010. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/ideacao/article/view/7175>>. Acesso em 21 mar. 2020.

KÖHLER, André F. **As cartas patrimoniais e sua relação com o turismo cultural: teorias, práticas e seus desdobramentos no caso brasileiro.** Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR, Penedo, Volume 9, Número 2, dez. 2019, p. 138-163.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo:** Para uma nova compreensão do lazer e das Viagens. 3 ed. São Paulo: Editora Aleph, 2003.

KUENZER, Acácia, Z. **Educação e Trabalho no Brasil:** o estado da questão. Brasília. INEP, 1991.

LANZARINI, Ricardo; BARRETTO, Margarita. **Políticas públicas no Brasil para um turismo responsável.** Turismo - Visão e Ação. 2014, 16(1), 185-215. ISSN: 1415-6393. p. 185-215. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056066008>. Acesso em: 28 de Mar. 2021.

LEFEBVRE, Henri. **A Revolução Urbana.** Trad. Sérgio Martins. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

LE GOFF, Jacques, et al. **História e memória,** 2003.

LE GOFF, Jacques. **Documento/monumento.** In: Enciclopédia Einaudi, Memória – História (trad.) Lisboa, Imprensa Nacional/casa da Moeda, 1984, vol. 1, p. 95-106.

LIMA, Antônio Jesuíta de. **Planos diretores e os dilemas da governança urbana no Brasil.** Textos & Contextos (Porto Alegre), v. 11, n. 2, p. 362 - 375, ago./dez. 2012.

LIMA FIGUEIREDO, José. **Oeste Paranaense**. Companhia Editora Nacional: São Paulo, 1937.

LIMA, Perci. **Foz do Iguaçu: no contexto da história**. Foz do Iguaçu, Ed. Do Autor: 2010.

LIMA, Sancléya Evanessa de. **Memórias da Vila "A": lazer e sociabilidade de trabalhadores de Itaipu**. 2019. 159 f. Dissertação (Mestrado em Sociedade, Cultura e Fronteiras) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu, 2019.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO, Alexandre Netto. **Teoria do turismo**. São Paulo: Aleph, 2012.

LUZ, Leonardo Lazcano, da. **O Turismo e as suas Contradições: da salvação à flagelação**. 2011. 54f. Monografia (Curso de Ciências Econômicas) - Universidade Federal de Santa Catarina - Florianópolis, SC.

MARCONI, Amanda; SCHELBAUER, Analete Regina; IVASHITA, Simone Burioli. **Apontamentos sobre a educação profissional no norte do Paraná: história do Senac de Maringá (1955-1982)**. Educação e Fronteiras, Dourados, v. 10, n. 28, p. 189-201, nov. 2020. ISSN 2237-258X. Disponível em: <<https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/educacao/article/view/13037/6383>>. Acesso em: 29 de dez. de 2020. doi:<https://doi.org/10.30612/eduf.v10i28.13037>.

MARKUN, Paulo. **Cabeza de Vaca**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARTINS, Alessandra et al. **Empresa familiar e as dificuldades enfrentadas pelos membros da 3ª geração**. 30º ENANPAD, 23 a 27 de set., Salvador-BA, 2006.

MARTINS, José Ricardo. **Immanuel Wallerstein e o sistema-mundo: uma teoria ainda atual?** Iberoamérica Social: Revista-red de estudios sociales, ISSN-e 2341-0485, Vol. 3, Nº. 5, 2015 (Ejemplar dedicado a: La violencia y sus rostros en Iberoamérica), p. 95-108.

MARTINS, Lavínia Raquel. **O turismo na história de Foz do Iguaçu** - PR. 2010. 182f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) - Universidade do Vale do Itajaí - Balneário Camboriú-SC.

MASCARENHAS, Milena Costa. **Memórias da ponte internacional da amizade: representações de um espaço binacional**. 2020. 180 f. Tese (Doutorado em Sociedade, Cultura e Fronteiras) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu, 2021.

MAX-NEEF, Manfred. **Desarrollo a Escala Humana: una opción para el futuro**. Santiago, Chile: CEPUR, 1986.

MELIÀ, Bartolomeu. **Territorio, Cultura, Historia e identidad**. In: Schallenberger, Erneldo. *Identities nas Fronteiras: Território, Cultura e História*. São Leopoldo: Oikos, 2011.

MENESES, U. T. B. de. **Os usos culturais da cultura. Contribuição para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais**. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani A.; CRUZ, Rita de Cássia A. da. *Turismo, espaço, paisagem e cultura*. SP: Hucitec, 1996, pp. 88-99.

MINIMALISMO: Um documentário sobre coisas importantes. Direção de Matt D'Avella. Estados Unidos da América: Matt D'Avella, Ryan Nicodemus, Joshua Fields Millburn, 2016. Disponível em: www.netflix.com.br. Acesso em 02 de fev. de 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Caracterização de Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil - 2013-2017**: Relatório Descritivo. Execução Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. São Paulo, 2018. Disponível em: www.dadosefatos.turismo.gov.br. Acesso em 28 de dez. 2020.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Cultural**: orientações básicas. Brasília, 2006.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/>>. Acesso em 13 fev. 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudo da Demanda Turística Internacional 2018**. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br>>. Acesso em 08 de Agosto de 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudo de Competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional - Relatório Brasil**. Luiz Gustavo Medeiro Barbosa (Organizador). - 2ª ed. revisada - Brasília, 2008. Disponível em: <https://observatoriodoturismo.es.gov.br/>. Acesso em 13 fev. 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Associação de Cultura Gerais. **Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada**. – Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

MINISTÉRIO DO TURISMO (2003). **Plano Nacional de Turismo: Diretrizes, Metas e Programas 2003/2007**.

MINISTÉRIO DO TURISMO (2007). **Plano Nacional de Turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão**.

MINISTÉRIO DO TURISMO (2013). **Plano Nacional de Turismo**. O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil. 2013 - 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO (2018). **Plano Nacional de Turismo**. Mais Emprego e Renda para o Brasil. 2018-2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Vivências Brasil. Aprendendo com o Turismo Nacional. Manual de Orientações para implementação de boas e melhores práticas em turismo. 2006.

MOESCH, Marutschka Martini. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

MOESCH, Marutschka Martini; BENI, Mário Carlos. **Do discurso sobre a ciência do turismo para a ciência do turismo**. Anais do Seminário Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR. São Paulo: ANPTUR, 2015. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producao-academica/002740362.pdf>. Acesso em 13 de fev. de 2020.

MOLINA, S.; RODRÍGUEZ, S. **Planejamento Integral do turismo**: um enfoque para a América Latina. Bauru: Edusc, 2001.

MONGES, Fabiane Ninoff; FARIAS, Patrícia Jacinto de. **Memória oral coletiva como forma de exploração do turismo cultural em Foz do Iguaçu com foco no 1º campo de pouso do município**. Foz do Iguaçu: UNIOESTE, 2006.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing turístico**. Fortaleza: UAB/IFCE, 2011.

MURICY, Ramalho. **A Foz do Iguaçu**: ligeira descrição de uma viagem feita de Guarapuava à colônia de Foz do Iguaçu em novembro de 1892. Imprensa Paranaense: Curitiba, 1896.

MYSKIW, Antonio Marcos. **A fronteira como destino de viagem**: A colônia militar de Foz do Iguaçu (1888-1907). Guarapuava: UNICENTRO, 2011.

Nery Júnior, José. **O zoneamento como instrumento de segregação em São Paulo**. Cadernos Metrópole., N. 13, pp. 171-198, 1º sem. 2005. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/metropole/article/view/8803/6524>. Acesso em 26 de dez. de 2020

NU / OMT / CCE / OCDE. **Cuenta satélite de turismo**: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008. Estudios de métodos. Serie F, No. 80/Rev.1. Luxemburgo/Madrid/Nueva York/Paris: OMT, 2010.

ORTIZ, Renato. **Cultura e Modernidade**: A França do Século XIX. São Paulo: Braziliense, 1998.

PANOSSO NETTO, Alexandre. **Filosofia do Turismo**: Teoria e Epistemologia. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2011.

PARANÁ. **Agência de Notícias do Paraná (2019 e 2020)**. Disponível em: <<http://www.aen.pr.gov.br>>. Acesso em 29 de fev. de 2020.

PARANÁ. **Cartilha da Paraná Turismo - Municipalização do Turismo**, 2002.

PARELLADA, Claudia Inês. **O Paraná espanhol**: cidades e missões jesuíticas no Guairá. In: Secretaria de Estado da Cultura do Paraná (org) Missões: conquistando almas e territórios, Curitiba: Imprensa Oficial, p.59-80, 2009.

PARENTE, Fernanda, M. **Impactos sociais da política pública de qualificação em turismo, PRONATEC Turismo, na inclusão de jovens e adultos no mundo de trabalho no setor**. 2017. 272f. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) - Universidade Estadual de Brasília - Brasília-DF.

PARO, Denise. **Foz do Iguaçu**: do descaminho aos novos caminhos. Foz do Iguaçu, Epígrafe, 2016.

PARQUE DAS AVES. Disponível em: <<https://www.parquedasaves.com.br/>>. Acesso em 29 de de fev. de 2020.

PEREIRA, Diana Araújo (Org.). **Cartografia Imaginária da Tríplice Fronteira**. São Paulo: Dobra Editorial, 2014.

PERÉZ, Xerardo P. **Turismo Cultural**: uma visão antropológica. Tenerife, Espanha; Passos, 2009.

PERUZZO, Cicilia M.K; VOLPATO, Marcelo O. **Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferença**. Líbero – São Paulo – v. 12, n. 24, p. 139-152, dez. de 2009.

PINTO, D. B.; MOESCH, M. M. **Práticas turísticas fundando novas teorias** – o caso da linha turismo em Porto Alegre. In: Seminário de pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 3., Caxias do Sul/RS, 2005. Disponível em: <http://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt8-praticas-turisticas.pdf>. Acesso: 07 de set. de 2020.

PINTO, Renata Pires. **A Invenção da Brasileira: Uma história sobre a Imagem Feminina e o Turismo**. 2015.112f. Dissertação (Mestrado em História). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – São Paulo-SP.

POLLAK, Michel. **Memória, Esquecimento, Silêncio**. Estudos Históricos. Rio de Janeiro, v.5, n.10, 1992.

POMBO, Olga. **Epistemologia da Interdisciplinaridade**. Revista do Centro de Educação e Letras da UNIOESTE, Foz do Iguaçu, v.10, nº 1, p. 9-40, 1º sem. 2008.

PORTAL CIDADE FOZ. Disponível em: <https://foz.portaldacidade.com/noticias/cidade/proposta-preve-linha-de-onibus-exclusiva-para-aeroporto>>. Acesso em 10 de julho de 2021.

PORTAL CLICK FOZ DO IGUAÇU. Disponível em: <https://www.clickfozdoiguacu.com.br/nove-anos-de-cataratasday-voce-ainda-lembra-o-motivo-da-comemoracao/>>. Acesso em 31 de jul. de 2021.

PORTAL DATARE. **Digital 2020: Global Digital Overview**. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>. Acesso em 11 fev. de 2021.

PORTAL H2FOZ. Disponível em: <https://www.h2foz.com.br/noticia/foz-do-iguacu-apresenta-plano-de-metas-para-turismo-em-2005-11630/>. Acesso em 05 de fev. de 2021.

PORTAL MERCADO E EVENTOS. Disponível em: https://www.mercadoeeventos.com.br/_destaque_/slideshow/com-itaipu-e-mercado-municipal-foz-do-iguacu-tera-novo-circuito-turistico/. Acesso em 26 de jan. de 2021.

PORTAL IPHAN. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/>. Acesso em 21 out. 2018.

POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa:** enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

PRATS, Loranç. **El concepto de patrimonio cultural.** Política y Sociedad. 27 Universidad de Barcelona. Madrid, 1998. p. 63-76.

PRATS, Lloranç. **¿Patrimonio + turismo = desarrollo?**, Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, v. I, nº 2, 2003, pp. 127-136.

PRIORI, Angelo, et al. **História do Paraná:** séculos XIX e XX [online]. Maringá: Eduem, 2012. A história do Oeste Paranaense. pp. 75-89. ISBN 978-85-7628-587-8. Available from SciELO Books .

PROGRAMA HARMONIA. **Patrimônio Material e Imaterial** - Harmonia. 2015 (31h49s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PF6hefnpivg>. Acesso em 12 Out. 2018.

RESULTADOS DIGITAIS. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/>. Acesso em 27 de Jan. de 2021.

REZ, Rafael. **Marketing de conteúdo:** a moeda do século XXI. São Paulo: DVS Editora, 2016.

RIBEIRO, Renata, SILVEIRA, Marco Aurélio, T. **Planejamento Urbano, Lazer e Turismo**: Os Parques Públicos em Curitiba – PR Turismo - Visão e Ação, vol. 8, núm. 2, maio-julho, 2006, pp. 309-321. Universidade do Vale do Itajaí, Camboriú, SC. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056107009>. Acesso em 31 de dez. de 2020.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3ª ed. São Paulo: Atlas. 1999.

RICOBOM, Gisele. **UNILA: A CONTRIBUIÇÃO DO ENSINO PARA A INTEGRAÇÃO DA AMÉRICA LATINA**. Ideação, [S.l.], v. 12, n. 1, p. 67-78, mar. 2010. ISSN 1982-3010. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/ideacao/article/view/5022/3778>>. Acesso em: 14 de jan. de 2021. doi:<https://doi.org/10.48075/ri.v12i1.5022>.

RITT, Evandro. **A COLÔNIA MILITAR DE FOZ DO IGUAÇU – PR: UM PROJETO DE CONSOLIDAÇÃO DE UMA FRONTEIRA: 1880 – 1920**. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Londrina, 2011.

RODER, Ariane. **A agenda externa brasileira face aos ilícitos internacionais: o contrabando na fronteira entre Brasil e Paraguai**. 2005. 107f. Dissertação (Mestrado em Ciências Políticas) - Universidade de São Paulo - São Paulo, SP.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. TOMELIN, Carlos Alberto. **Turismo, Ensino e Práticas Interdisciplinares**. Barueri – SP: Manole, 2013.

SANTOS, Breno Machado. **Os Primeiros Jesuítas e o Trabalho Missionário No Brasil**. Anais do I Colóquio do Lahes - Laboratório de História Econômica e Social - UFJF, Juiz de Fora MG, 13 a 16 junho de 2005.

SANTOS, Edinaldo, L., et al. **Desenvolvimento: um conceito multidimensional**. Desenvolvimento Regional em debate, Ano 2, n.1, jul. 2012, p. 44-61. Universidade do Contestado, Concórdia, SC.

SANTOS FILHO, João dos. O turismo na Era Vargas. IX SIT - Seminário Internacional de Turismo - Categoria científica Pós-Graduação. buenos Aires - Año 12 - N° 114 - Noviembre de 2007. Disponível em: <https://www.efdeportes.com/efd114/o-turismo-na-era-vargas-e-o-departamento-de-imprensa-e-propaganda.htm>. Acesso em 03 de abr. de 2011.

SANTOS, J. C.. **Uma Leitura micro da Triplice Fronteira Brasil, Paraguai e Argentina**. Revista TEL, Irati, v. 8, n.1, p. 59-82, jan. /jun. 2017- ISSN 2177-6644.

SEBRAE. **Turismo no Brasil**: Termo de Referência para a atuação do Sistema Sebrae. Brasília, 2010.

SCHIMMELPFENG, Otilia. **Restrospectos iguaçuenses**. Foz do Iguaçu, Editora Tezza, 2002.

SAQUET, Marcos Aurélio. **Por uma abordagem territorial**. In: SAQUET, Marcos Aurélio; SPOSITO, Eliseu Savério. Territórios e Territorialidades: teorias, processos e conflitos. 2. Ed. – Rio de Janeiro: Consequência Editora, 2015. p. 69-90.

SEMRUSH. Disponível em: <https://www.semrush.com>. Acesso em 11 de jun. de 2020.

SENAC. Departamento Regional do Paraná. **Hotel Cassino Iguaçu**: as duas vocações de um prédio que faz parte da memória do Paraná. 1. ed. / SENAC. Departamento Regional do Paraná. Elaboração de conteúdo: Karla Santin - Curitiba: SENAC/PR, 2019.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23a ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SIQUEIRA, Euler. D; BARBOSA, Monalisa, A; OLIVEIRA, Virgílio C,S. **Turismo, cultura e lazer**: significado e usos sociais do Parque do Museu Mariano Procópio. Revista Contemporânea, n7, 2006.

SODRÉ, João Pereira. **O TURISMO NO DESENVOLVIMENTO REGIONAL**: Estudo da “Região de Foz do Iguaçu”. 2007. 84f. Monografia (Especialização em Desenvolvimento Regional) - Universidade Federal do Paraná - Curitiba - PR.

SOUZA, Celina. **Políticas Públicas**: uma revisão da literatura. Sociologias, Porto Alegre, ano 8, nº 16, jul/dez 2006, p. 20-45.

STECA, Lucinéia Cunha; FLORES, Mariléia Dias. **História do Paraná**: do século XVI a década de 1950. Londrina - Paraná: ED. UEL, 2002.

STEFANUTTI, Paola; WELTER, Viviane, S; GREGORY, Valdir. Feiras e mercados nas fronteiras Brasil-Argentina-Paraguai: indícios alimentares e identitários. In: MUNIZ, Cláudia Maria Serino Lacerda; SOARES, Jéssica Aparecida. O mundo da fronteira: reflexões a partir da fronteira trinacional Brasil, Paraguai e Argentina, p.29-46. Curitiba: CRV, 2019.

STEFANUTTI, Paola et al. **Narrativas alimentares e suas relações de poder**. In: **Anais eletrônicos do Congresso Humanidades nas Fronteiras: Imaginários e Culturas Latino-Americanas**. Foz do Iguaçu: UNILA, 2017. p. 446-461. Disponível em: <https://dspace.unila.edu.br/handle/123456789/3570;jsessionid=29941E2519BD760990F09E72EDAC6751>. Acesso em 26 de dez. 2020.

SZEKUT, Andressa. **Centros de Tradições Gaúchas no Oeste do Paraná**: A (re)construção da memória coletiva e a fixação de representações. 2014. 177f. Dissertação (Mestrado em Sociedade, Cultura e Fronteiras) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Foz do Iguaçu - Paraná

TAPIA, Jorge. R. B. **Desenvolvimento local, concentração social e governança: a experiência dos pactos territoriais na Itália**. São Paulo em Perspectiva, v. 19, n. 1, p. 132-139, jan./mar. 2005.

TIC DOMICÍLIOS - **Resultados da Pesquisa 2019**. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf. Acesso em 11 dez. 2021.

TRIGO, L.G.G. A viagem como experiência significativa. In: PANOSSO NETO, A; GAETA, Cecília. **Turismo de experiência**. São Paulo: Editora Senac, 2010. (21-41).

TV NBR. **Iphan discute avanços e desafios das políticas de valorização do patrimônio cultural**. 2017. (21h26s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VHijG1IrgzE>. Acesso em 15 de ago. de 2021.

UNESCO. **Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage**, Paris, 17 October 2003. Tradução feita pelo Ministério das Relações Exteriores, Brasília, 2006.

United Nations & World Tourism Organization. **International Tourism Highlights, 2019 Edition**. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/estat%C3%ADsticas-e-indicadores/estat%C3%ADsticas-e-indicadores-turismo-mundial.html>>. Acesso em 15 de ago. de 2021.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. Tradução Marcos Eugênio Marcondes de Moura. 3.ed. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001.

URRY, John. **Globalizando o olhar do turista**. Tradução: Natália Otto. PLURAL, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, v.23.2, 2016, p.142-155.

VALLE, André B, do (Org.). **Fundamentos do gerenciamento de projetos**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

VALLS, Josep Francesc. **Las claves del mercado turístico**. Bilbao: Deusto, 1996.

VERSIANI, I. V. L.; PEREIRA, A. M. **Espaços e vivências de lazer na cidade: construindo territórios**. Revista Cerrados, Montes Claros/MG, v.17, n.2,p.126-144, jul./dez.-2019.

WEBSHOPPERS 2017 - 36º edição. Disponível em: https://oscarcasagrande.files.wordpress.com/2017/08/webshoppers_36.pdf. Acesso em 11 de fev. de 2021.

WELTER, Viviane da Silva. **A hospitalidade e o controle na fronteira entre o Brasil, o Paraguai e a Argentina sob a perspectiva do turista brasileiro**. 2018. 119f. Dissertação (Mestrado em Sociedade, Cultura e Fronteiras) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Foz do Iguaçu-PR, Brasil.

WOODWARD, Kasthryn. Quem Precisa de Identidade. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org). **Identidade e Diferença. A perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis:

Vozes, 2000. p. 103. Histoire et sciences sociales. Un tournant critique?, Annales ESC, Mars-avril, 1988, n° 2. p. 7-73.

ZAOUAL, H. Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições? In: BARTHOLO, R; SANSOLO, D.G; BURSZTYN, I. **Turismo de base comunitária: Diversidades de olhares e experiências brasileiras.** Rio de Janeiro: RJ: Letra e Imagem, 2009. (55-75).