



Desenvolvimento Local e Turismo na Perspectiva da Metodologia de *Cluster*^{1 e 2}

Jeanine Calixto Lacerda³

Anny Kariny Jatobá Ferreira⁴

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, PE.

Resumo

O estudo analisa o desenvolvimento local e o turismo à luz da metodologia de *cluster*. Considerado um conjunto de atrativos com destacado diferencial e dotado de equipamentos e serviços de qualidade, com excelência gerencial, concentrado num espaço geográfico delimitado, o *cluster* abrange todo o Sistema de Turismo SISTUR. Utilizou-se como metodologia um estudo de campo em três municípios do estado de Pernambuco confrontando o empírico com o teórico. Os resultados evidenciaram que as ações de fomento ao turismo e ao desenvolvimento local estão longe de priorizarem uma metodologia pertinente e condizente com a realidade do que, de fato, é sustentável, a metodologia de *cluster*.

Palavras-chave:

Desenvolvimento Local; Turismo; Cluster.

Introdução

Há alguns anos que a discussão sobre as possibilidades de desenvolvimento local a partir da atividade turística vem inquietando os estudos acadêmicos, assim, esta pesquisa procurou analisar a importância da sinergia na prática da atividade turística, conseguida através da metodologia de *cluster*, ou seja, considerar uma forma diferenciada de administrar as ações mercadológicas voltadas para o turismo, como uma maneira eficiente e eficaz de buscar o tão almejado desenvolvimento local através do turismo.

O turismo compreende um conjunto de atividades desenvolvidas por vários gêneros de estabelecimentos dos setores primário, secundário e terciário, interligados em uma cadeia produtiva complexa e extremamente interdependente que exige a adoção de métodos específicos de planejamento adaptados à realidade de cada localidade.

¹ Trabalho apresentado ao GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Texto produzido no âmbito da pesquisa orientada pela Professora Maria Salett Tauk Santos. Doutora em Ciências da Comunicação, Professora Associada II, Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da UFRPE. E-mail: mstauk@terra.com.br.

³ Aluna do programa de pós graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da Universidade Federal Rural de Pernambuco, POSMEX. E-mail: jeaninelacerda@yahoo.com.br

⁴ Aluna do programa de pós graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da Universidade Federal Rural de Pernambuco, POSMEX. E-mail: jatoba.anny@gmail.com

Diante de tal realidade, o planejamento estratégico assume grande importância na condução da atividade turística, principalmente, por proporcionar maior flexibilidade e antecipação de respostas às mudanças ambientais e sociais. Além de ser uma ferramenta que afirma as aspirações e sonhos dos envolvidos, exige a concepção do que deve ser feito para que tais aspirações se transformem em resultados.

O planejamento estratégico é associado com um horizonte situado de longo prazo [...] Não se preocupa em antecipar decisões a serem tomadas no futuro, mas sim em considerar as implicações futuras em decisões que devem ser tomadas no presente. (CHIAVENTATO, 1995, p. 250)

Assim, entende-se como possível aliar o desenvolvimento turístico com as premissas do planejamento estratégico para se alcançar uma efetiva sustentabilidade, uma vez que esta pressupõe atender as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as futuras gerações atenderem às suas próprias necessidades.

Em virtude disso, existem princípios que constituem um balizamento importante, tanto para o processo de planejamento quanto para a gestão do sistema de turismo o SISTUR. O que se deseja através desses princípios é garantir a qualidade de vida de todos os envolvidos, a partir das potencialidades endógenas e a consequente sobrevivência da atividade turística como atividade social e econômica. Atingindo-se este objetivo, pode-se caracterizar o turismo de base local.

São muitas áreas envolvidas diretamente com turismo, portanto, estas devem ser entendidas e planejadas como um conjunto em que suas ações tenham um objetivo comum e sejam desenvolvidas em consonância umas com as outras, assim, os resultados são mais interessantes e com bases sustentáveis.

Hoje, o conceito de turismo sustentável é mais abrangente e transcende a preocupação centrada na conservação e manejo do meio ambiente e recursos naturais, incluindo os aspectos de comercialização, *marketing*, qualidade, produtividade e competitividade dos bens e serviços turísticos. Além desses aspectos, a análise das dimensões do Turismo dentro do planejamento estratégico regional e ação política integrada constituem a expressão concreta desse conceito, desenvolvida amplamente no SISTUR. (BENI, 1998, p. 61)

Acrescenta-se a prática da metodologia participativa e da efetiva inclusão social e valorização cultural, o que justifica a tendência cada vez mais perceptível do turismo de base local ou endógeno, Assim, o desenvolvimento local normalmente está associado a

iniciativas inovadoras e de mobilização coletiva, de modo que as potencialidades locais possam se articular em relação às condições dadas pelo contexto externo e cujos os convergem a quebra da dependência e da inércia do subdesenvolvimento e do atraso em localidades periféricas e de promover uma mudança social no território.

É nesse contexto que surge o chamado turista viajante em detrimento do turista de consumo, que se satisfaz com o lugar-comum e para quem basta a curiosidade simples e um manual de viagens que possibilite o conhecimento de aspectos culturais gerais.

Enquanto se percebe uma mudança motivacional entre o turista de consumo e o turista viajante, tem-se a questão da qualidade do produto turístico, fruto de um sistema caracterizado pela extrema interdependência, heterogeneidade, variabilidade, intangibilidade, perecibilidade, dispersão espacial e uma fragmentação que ao mesmo tempo em que separa é capaz de integrar. Assim, forma-se uma cadeia de valor entendida como “[...] um sistema de atividades que são executadas para projetar, produzir, comercializar, entregar, e sustentar seu produto” (PORTER, 1991, p. 33-34)

Vale ressaltar que quando o valor se desloca para os serviços dentro de um sistema interdependente, as relações inter e/ou entre empresas ficam cada vez mais complexas, o que reforça a necessidade da conscientização e da capacitação, necessariamente nesta mesma ordem, para que o valor seja agregado de forma sustentável ao produto turístico. Além disso, é imprescindível a busca de uma vantagem competitiva, uma vez que o turismo é uma atividade altamente instável, sujeita a fortes variações sazonais, influências externas imprevisíveis e caracterizada por motivações e expectativas de natureza heterogêneas.

Existem alguns pontos favoráveis do modelo da cadeia produtiva ou cadeia de valor da indústria adaptada para o turismo, mas deve-se considerar que “enquanto no turismo é possível observar o encadeamento de atividades em determinados segmentos, verifica-se no conjunto geral muito mais um agrupamento convergente e concêntrico com enfoque na demanda e no consumo” (GARRIDO, 2006, p. 235). Este agrupamento permite que alguns sub-setores do turismo se enquadram de forma conveniente no conceito de cadeia produtiva, mas não todo o sistema.

As questões básicas que explicam essa inadequação são muito bem abordadas pela autora supracitada, a saber:

- Enquanto na cadeia têxtil tem-se uma seqüência de relações definidas e padronizadas, operacionalizadas numa rotina constante, nas relações entre as organizações que formam o SISTUR é possível constatar que as mesmas ocorrem de

forma menos padronizada, estruturando-se em arranjos organizados para atender a demandas específicas ou para a formação de produtos turísticos; e

▪ Segundo estudos de cenários apresentados pela Organização Mundial de Turismo (OMT), as tendências mundiais da atividade apontam para uma demanda por produtos personalizados e com alto grau de flexibilidade. Isso requer uma integração dos diversos co-produtores do turismo na busca de uma sincronia e sinergia entre os diversos elos, embora nem sempre seja possível estabelecer o arranjo em cadeia conseguido pela indústria por ser caracterizada por arranjos em disposição seqüencial.

[...] Por isso, uma das primeiras atuações que é preciso levar a cabo na fase de implementação é a sensibilização geral de todos os agentes com o objetivo de estabelecer um modelo de planejamento sustentável de consenso, assim como lograr o compromisso de atuar em unísono. [...] O primeiro motor, o estratégico sustenta o mecanismo e o impulsiona. Congrega os agentes suas percepções e valores, de modo que, através de uma plataforma público-privada, estabeleça as bases de cooperação entre todos a favor do destino, mobilize o consenso sobre o modelo de desenvolvimento e lidere o processo de desenvolvimento sustentável. (VALLS, 2006, p. 70; 150)

Dessa forma, atuar com um único discurso, visando um único objetivo através de sensibilização e da parceria público, privada e comunidade, pode-se chegar às bases adequadas ao desenvolvimento da atividade turística socialmente inclusiva, ambientalmente ética e economicamente viável.

As experiências bem sucedidas de desenvolvimento local endógeno decorrem, quase sempre, de um ambiente político e social favorável expresso por uma mobilização e, principalmente, convergência importante dos atores sociais do município ou comunidade em torno de determinadas prioridades e orientações básicas de desenvolvimento.

Um plano estratégico que crie uma estrutura de gestão que viabilize a participação de segmentos empresariais e sociais e permita atingir compromissos permanentes entre a iniciativa privada e o setor público é fundamental para a metodologia proposta neste estudo. Acrescenta-se também a importância do envolvimento da academia para que as ações sejam baseadas em pesquisas de mercado e à luz da metodologia participativa, para que a reordenação territorial, necessária em todo projeto de desenvolvimento local, seja sustentável e planejada a partir dos interesses coletivos da comunidade local como um todo. O que se pretende é um novo padrão de desenvolvimento que corresponda à

melhoria da qualidade de vida a curto, médio e longo prazo e não mais a “racionalidade da acumulação e do consumismo” (BENI, 2006).

O Sistema de Turismo – SISTUR

Para entender o turismo e suas interfaces, Beni (2001) afirma que esta atividade é um grande conjunto bem definido de relações, serviços e instalações gerados em virtude de certos deslocamentos humanos. Dentro desse grande conjunto existem subconjuntos como: transportes, alojamento, serviços de alimentação, centros de lazer e diversão, estabelecimentos comerciais relacionados, serviços complementares (agências de viagens, guias de turismo, locadoras de automóveis etc.).

No âmbito dos estudos acadêmicos, traduz-se a atividade turística a partir da teoria geral de sistemas, assim, segundo Hall e Fagen (apud BENI, 2004, p.23) “o sistema é definido como o conjunto de elementos e das relações entre eles e de seus atributos”. Chamamos atenção para a necessidade das relações, entre os componentes do mesmo serem produzidas de forma interativa e sinérgica para que o seu funcionamento não seja comprometido. Nesta perspectiva, surge o Sistema de Turismo, SISTUR, criado por Beni para facilitar o planejamento e a gestão da atividade turística tendo consciência de que a mesma é um sistema aberto e alimentado por informações, que demonstra a abrangência e complexidade do fenômeno turístico. O autor adaptou o diagrama de Ishikawa para o turismo como se pode visualizar na figura 1.

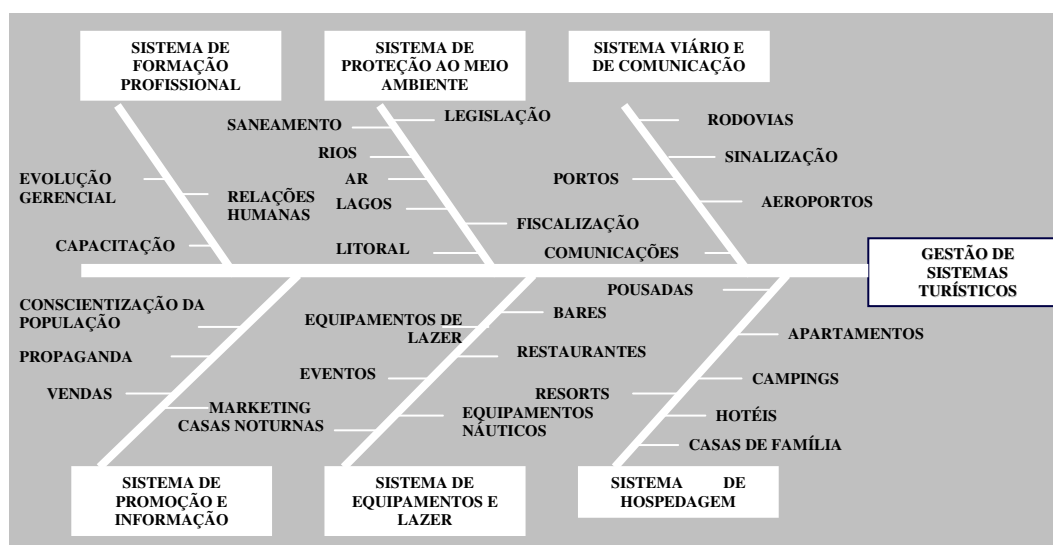


Figura 1: Sistema turístico -Diagrama de Ishikawa . Fonte: Beni, 1998.



Para que o SISTUR funcione e atinja, na perspectiva do desenvolvimento local, deve-se ter como principal objetivo a sustentabilidade turística definida por Pires (1998) como as abordagens que resultam do interesse e da preocupação em conceber o turismo sob a ótica do desenvolvimento sustentável, bem como os seus desdobramentos socioeconômico e ambiental, sob a averiguação da sustentabilidade, os rumos que se apresentam para essa atividade.

Sustentabilidade Turística

Para que haja a sustentabilidade turística, devem ser considerados, segundo Zimmermann (1996), os princípios da sustentabilidade ecológica: assegura que o desenvolvimento seja compatível com a manutenção dos processos ecológicos essenciais, diversidade biológica e recursos biológicos. As atividades turísticas devem ser desenvolvidas respeitando os limites dos ambientes envolvidos, com mínimos danos aos ecossistemas; Sustentabilidade social: as atividades turísticas devem contribuir para distribuição mais igualitária dos benefícios e da renda, reduzindo as desigualdades de padrões de vida e a segregação sócio-espacial, promovendo o exercício de verdadeira cidadania; Sustentabilidade cultural: assegura que o desenvolvimento e o controle das pessoas sobre suas próprias vidas sejam compatíveis com a cultura e com os valores das pessoas atingidas pelo desenvolvimento, aumentando e fortalecendo a identidade cultural da comunidade; Sustentabilidade econômica: assegura que o desenvolvimento seja economicamente eficiente, incentivando o fluxo contínuo de investimentos, e que os recursos sejam geridos de forma que suportem gerações atuais e futuras, garantindo a participação da comunidade local; Sustentabilidade espacial: o desenvolvimento deve investir em organização harmônica das áreas recreacionais, promovendo uma distribuição territorial mais equilibrada dos núcleos turísticos e conservando os ambientes.

Desenvolvimento Local e Turismo Endógeno

Na contramão dessa realidade este estudo traz à baila reflexões sobre o turismo endógeno ou turismo de base local que é definido por Beni, através de informação verbal no IX Encontro Nacional de Turismo de Base Local, em João Pessoa, PB, no ano de 2006, como:

O deslocando em grande parte o fluxo turístico dos grandes centros urbanos e cosmopolitas para áreas locais com expressivo patrimônio

histórico-étnico-cultural, em que podem ser vivenciadas experiências mais autênticas e genuínas, sem interferência do cunho comercial, da opressão da obrigação de consumir, das tensões dos conglomerados urbano-industriais, do ter para ser, com o apelo simples de viver ainda não impregnado por artificialismos e tensões dialéticas.

Mergulhando neste conceito encontram-se possibilidades de desenvolvimento turístico a partir das especificidades locais, da participação efetiva da comunidade no processo de desenvolvimento turístico, e, para isso, é fundamental que a mesma entenda que desenvolvimento vai muito além do que crescimento, este, por sua vez, prioriza questões individualizadas, como retorno imediato do investimento e segregação da população de contexto popular. Assim, a busca do desenvolvimento local que, parafraseando, Buarque (2002) pode ser conceituado como um processo endógeno de mudanças, que leva ao dinamismo econômico e a melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos, pode encontrar no turismo endógeno ou de base local, um caminho para atingi-lo.

A diferença entre crescimento e desenvolvimento fica muito clara quando Jara (apud, Oliveira, 2004), assevera que o desenvolvimento precisa ir além da simples progressão material, devendo promover a justiça, o acesso a informação, a educação e o empobrecimento de toda a sociedade envolvida no processo, considerando-o uma metodologia de amadurecimento cultural e social. Repensar o desenvolvimento a partir da construção do capital cultural existente em uma comunidade é contribuir para o estímulo solidário ao buscar ações coletivas que fortaleçam o uso comunitário dos recursos presentes tendo em vista que a valorização de uma cultura local pode propiciar a sua auto-confirmação, identidade e melhorar as forças produtivas.

Cluster de Turismo

Na busca da integração efetiva dos subsistemas, contidos no SISTUR, e da sinergia para o desenvolvimento turístico sustentável, surge a idéia de *cluster* que de acordo com Leite (apud BAHLE, 2003, p.21) pode ser definido como “um conjunto de empresas e entidades que interagem, gerando e capturando sinergias, com potencial de atingir crescimento competitivo contínuo superior ao de uma simples aglomeração econômica”

A perspectiva dos *clusters* cria novas visões para a região, beneficiando o ambiente de negócios da localidade como um todo. Bahl (2003) afirma que é prioritária

a remoção das ameaças e obstáculos ao crescimento e à melhoria dos *clusters* existentes e emergentes para se estabelecer uma nova forma de desenvolvimento socioeconômico de uma região, e assim, a conseqüente melhoria do padrão de vida da comunidade, portanto, o pleno entendimento da implantação, funcionamento e gerenciamento de um *cluster* é fundamental para o sucesso da metodologia.

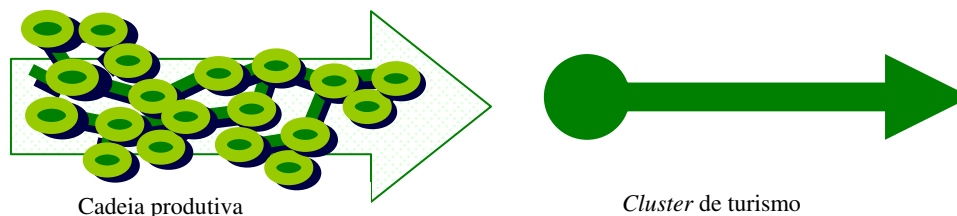


Figura 2: *Cluster de turismo*

Os *clusters* podem assumir diversas formas dependendo de seu grau de sofisticação e profundidade, em se tratando dos *clusters* turísticos todos os fornecedores de bens e serviços, entidades públicas, instituições financeiras, instituições de ensino, de pesquisa, de suporte técnico, associações comerciais e a comunidade são fundamentais para a implementação da metodologia, e assim, legitimar a sua existência e funcionamento. Este adensamento da cadeia produtiva do turismo (figura 2) é uma das maiores características do *cluster*.

Envolvendo os principais atores do turismo, a metodologia de *cluster* pode ser uma alternativa para o desenvolvimento ideal da atividade turística sustentável.

A clusterização turística trata justamente da estruturação das relações entre os envolvidos com a gestão dos processos de produção, comunicação, distribuição e consumo das experiências turísticas proporcionadas aos visitantes nos espaços trabalhados por meio de uma regionalização. (BENI, 2006, p.127)

Parafraseando Castells & Borja (1996) tem-se no resultado de uma vontade conjunta e dominante da sociedade a sustentação e viabilidade política através de iniciativas e ações capazes de organizar as energias e promover a dinamização e transformação da realidade. Tal afirmação, nos faz identificar a estreita relação entre o turismo de base local com a metodologia de cluster, ou a *clusterização* de um destino turístico.

Pode-se perceber que as relações construídas primam pela inserção social, aproveitamento das potencialidades endógenas, integração das lideranças, público,

privada, comunidade e turistas em busca de um objetivo comum. Assim, Haveri (1996, p.4), diz que “as comunidades procuram utilizar suas características específicas e suas qualidades superiores e se especializar nos campos em que têm uma vantagem comparativa com relação às outras regiões”.

Metodologia

Diante da rica oferta turística do estado de Pernambuco, localidades do Estado se auto-intitulam como desenvolvidas turisticamente, discursam sobre desenvolvimento, participação e conservação ambiental. Instigadas por estes discursos as pesquisadoras resolveram adotar dois municípios do Estado para analisar as gestões e as metodologias de desenvolvimento turístico. Para o estudo, foram selecionadas duas localidades: Recife e a cidade de Gravatá, localizada a aproximadamente 75 quilômetros da capital.

Para a materialização da pesquisa as pesquisadoras fizeram estudos de campo em Gravatá e Recife. Os critérios de escolha desses dois municípios consideraram os discursos de seus gestores e dos gestores de turismo do Estado, que afirmam serem estas duas localidades as detentoras do maior desenvolvimento turístico de Pernambuco. Além dos discursos governamentais, também motivou as pesquisadoras a escolher tais localidades a representatividade turística, características e possibilidades de implementação da metodologia de *cluster* que cada uma delas detém.

Trata-se de um duplo estudo de caso, pois, envolve o estudo de um ou poucos objetos de maneira que se permita o seu amplo e detalhado conhecimento. Para Dencker (1998, p. 127) “é o estudo profundo e exaustivo de determinados processos e relações sociais” Foi usado, nesta pesquisa, na fase inicial das investigações a fim de construir hipóteses e reformular o problema de pesquisa.

Esta pesquisa foi desenvolvida à luz da natureza qualitativa, defendida por Minayo (1994) como aquela que responde a questões muito particulares, se preocupa com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números.

A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento- chave. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem. (GIL, 2002).

Os instrumentos de coleta de dados foram a observação sistemática e entrevistas semi-estruturadas feitas com gestores, comunidade e representantes de classe. Para Goode e Hatt (apud SCHULÜTER, 2005, p. 107), a entrevista seria:

Mais uma pseudo conversa. Para que possa ser bem sucedida, deve ter todo o calor e todo o intercâmbio de personalidades próprios da conversação, mas, com clareza e com as linhas orientadoras da busca científica. Portanto, o entrevistador não pode simplesmente deixar-se levar mostrando-se amigável, deve apresentar-se como se fosse iniciar uma conversa, mantendo, porém, desde o princípio, o elemento adicional de respeito e competência profissional devidos.

Para confrontar os dados coletados em campo fez-se, concomitantemente, uma pesquisa bibliográfica que, segundo Dencker (1998, p.125) “é desenvolvida a partir de material elaborado: livros e artigos científicos”. E uma pesquisa documental. Conforme a mesma autora difere da pesquisa bibliográfica por não ter recebido nenhum tratamento analítico, no caso desta pesquisa, a bibliografia utilizada foi referente ao turismo, desenvolvimento local, sustentabilidade e os documentos utilizados foram aqueles fornecidos pelos órgãos estaduais e municipais de turismo.

Turismo Endógeno em Recife e Gravatá e a Metodologia de Cluster

Com o levantamento bibliográfico respaldado por grandes autores, pôde-se constatar a viabilidade teórica da metodologia de Cluster para a sustentabilidade turística de um destino. Faltava, ainda, compreender se, na prática, essa viabilidade existe e os resultados da pesquisa de campo apontaram para uma realidade, de certa forma esperada pelas pesquisadoras, mas que, por outro lado não compreendida pelas gestões pública e privada.

O Empírico

Esmiuçando os resultados obtidos, tem-se uma pesquisa com riqueza de dados: constatou-se o alto potencial turístico dos Municípios estudados e, na contramão, uma atividade que se desenvolve sem planejamento integrado e sem a consciência das bases da sustentabilidade, o que traz conseqüências que inviabilizam a boa experiência de viagem, essencial para a manutenção do produto turístico no mercado.

As Gestões Turísticas e as Premissas Básicas para um Cluster

Os resultados das pesquisas concernentes às relações entre planejamento estratégico, gestão municipal do turismo e interdependência do sistema, mostrou uma

série de implicações: percebeu-se que a gestão turística prima por investir em promoção do chamado produto turístico tanto da capital do Estado quanto dos outros municípios pesquisados. Dentro desta realidade a Secretaria de Turismo do Recife concentra suas ações neste foco.

[...]impulso de novos mercados e, conseqüentemente, a atração de mais fluxo turístico para a cidade. É com esse objetivo que a Secretaria de Turismo do Recife participa de importantes eventos nacionais do Trade Turístico. Ao participar destes eventos, feiras e congressos, a secretaria monta estandes temáticos e distribui kits contendo pasta com bolso, revista, mapa, postais, folderes e cartazes do Recife aos participantes. A Secretaria de Turismo tem se empenhado em projetos inovadores como blitz em agências de turismo espalhadas pelo país. As informações sobre o Recife são passadas através de apresentações teatrais, com um ator-palestrante que interage com um vídeo sobre o Recife, promovendo os atrativos locais de forma divertida. Além disso, é montada uma “vitrine” da capital pernambucana em cada empresa visitada. A Blitz Recife Visita Brasil é promovida em parceria com a Empresa de Turismo de Pernambuco (Empetur). (SECRETARIA DE TURISMO DO RECIFE)

Não se questiona a estruturação antecipada da oferta existente, ao contrário, suprimem as etapas de planejamento sem a preocupação de buscar uma sinergia entre as organizações que formam o SISTUR, ou seja, não há evidências de uma base firme e competitiva para o produto anunciado e promovido.

Para ilustrar melhor a situação acima, tem-se, no exemplo, uma resposta dada durante as entrevistas. Quando questionada acerca do turismo em Gravatá, a gestão pública, prefeito e secretário de turismo relataram que: "*a atividade turística desenvolvida na cidade tem um aumento significativo na economia de 10% ao ano, principalmente nos eventos, onde há mais divulgação*". Percebe-se claramente, nesta declaração que é prioridade da gestão atrair a demanda para os eventos através de promoção, mais uma vez comprovando que os outros setores que compõem o sistema turístico são relegados ao segundo, terceiro, quarto plano talvez.

Quanto ao assunto planejamento estratégico visando a sustentabilidade do turismo, obteve-se como resposta: "*Gravatá tem a melhor distribuição de renda do Estado, aliada ao resultado que se atribui grande parte ao turismo [...] praticamente movimenta toda a cadeia produtiva local. Pois a secretaria de Turismo unida ao trade pratica ações que visam atrair mais visitantes*". Diante desta afirmativa, evidencia-se, mais uma vez que o processo de planejamento estratégico do turismo foi suprimido em suas etapas mais importantes, resguardando-lhe, apenas a comunicação, ou seja, a atual

gestão tem como indispensável a venda da oferta antes de transformá-la em produto turístico através do processo racional, ético e cuidadoso do planejamento estratégico e dos princípios do desenvolvimento local.

Ainda sobre gestão da atividade, a fala da Diretora de Turismo do Recife que diz saber da importância do desenvolvimento sustentável, mas não se envolve no planejamento estratégico do mesmo, apenas executa o que vem da Secretaria de Desenvolvimento do Estado e, em relação às manifestações culturais a sua opinião é “*A Secretaria de Turismo não tem responsabilidade sobre o Carnaval e a cultura, a gente promove a cidade através da blitz em agências e operadoras do Sudeste. Essa blitz é um programa de treinamento rápido sobre o produto ‘Pernambuco’. A Secretaria de Turismo apenas promove, o planejamento é feito por outra equipe.*”

Percebe-se com esta resposta que não há nenhuma articulação entre gestão turísticas nessas localidades e as premissas básicas para a implementação da metodologia estudada.

O Desafio: Entender a Atividade Turística e Suas Inter-relações e Interdependências

Diante do exposto, percebe-se a dificuldade das gestões, pública e privada, bem como da comunidade de entender o que é o turismo e sua amplitude. Sobre a metodologia de *cluster*, a pesquisa identificou que os atores sociais possuem um entendimento superficial da prática, mas, não a associam ao conceito nem ao possível enquadramento à atividade turística.

Esta realidade demonstra que o turismo no Estado de Pernambuco é percebido e conseqüentemente, gerido de forma inadequada aos preceitos do turismo sustentável. Se a supressão das etapas essenciais do planejamento estratégico já é um fato que causa efeitos comprometedores ao desenvolvimento turístico local – por compreenderem como estratégico os planos de comunicação –, a aplicação da metodologia de *cluster*, apesar de mais adequada para tal realidade, torna-se uma utopia. Pois a falta de conhecimento, qualificação, boa vontade e articulação política, comprometem a sua aplicabilidade e por conseqüência a sustentabilidade turística.

Considerações Finais

A metodologia de *cluster* converge, bem como, os princípios da sustentabilidade turística para uma realidade de desenvolvimento que difere de crescimento como

sinônimo de inchaço. O crescimento saudável de uma localidade é fruto de um desenvolvimento que contemple todos os aspectos endógenos da mesma. Pois ao mesmo tempo em que busca a competitividade e prega a cooperação, inovação, aprendizagem e integração social.

A dinâmica do desenvolvimento proposto é desenvolver ações estratégicas para sua implantação, estas ações devem ter enfoque sistêmico, ser planejadas em cima de vantagens competitivas dinâmicas (capital social, conhecimento, informação, capacitação e tecnologia) e finalmente, tratar a comunidade como sujeito e não como objeto (a população deixa de ser demandante para atuar no processo). Em síntese, as ações de desenvolvimento devem ser integradas entre o setor público, setor privado e sociedade local.

Retomando a reflexão sobre o desenvolvimento local, e buscando relacioná-la com o turismo, Jara (apud, Oliveira, 2004) afirma que:

o desenvolvimento precisa ir além da simples progressão material, devendo promover a justiça, o acesso a informação, a educação e o empoderamento de toda a sociedade envolvida no processo, considerando-o uma metodologia de amadurecimento cultural e social. Repensar o desenvolvimento a partir da construção do capital cultural existente em uma comunidade é contribuir para o estímulo solidário ao buscar ações coletivas que fortaleçam o uso comunitário dos recursos presentes tendo em vista que a valorização de uma cultura local pode propiciar a sua auto-confirmação, identidade e melhorar as forças produtivas.

Nos municípios estudados, foi percebido, de forma muito explícita, o que resolvemos chamar de *anti desenvolvimento*, pois, a falta de sinergia entre a iniciativa pública, iniciativa privada e a sociedade local ocasionada, muitas vezes, por não terem consciência da importância da atividade turística e da sua característica interdependente, o que ocasiona planejamentos descentralizados, onde cada estabelecimento componente do sistema turístico trabalha sem nenhuma integração com o todo, é um entrave a aplicação da *clusterização*.

Relacionando este cenário com o desenvolvimento local, concluímos que muito mais do que mostrar ao mundo as cidades turísticas pesquisadas, é fundamental não reduzir o turismo a uma atividade que gera emprego e renda, sim uma possibilidade de desenvolvimento.

Conclui-se, pois, que os atores envolvidos no com a cadeia produtiva do turismo, nestas localidades, não sabem a diferença entre crescer, inchar e desenvolver. Entendem o desenvolvimento local como isolamento da localidade e de seus



distanciamentos dos processos globais o que, na realidade deveriam entender o local para o global sem se fechar para os processos externos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Flávio Nunes; SANTOS, Lúcia Rafaela. **Discutindo o modelo de gestão turística indicada ao desenvolvimento do turismo sustentável do município de Gravatá - PE**. Faculdade Osman Lins, Trabalho de conclusão de curso. Departamento de turismo. Vitória de Santo Antão, 2006.

BAHL, Miguel. **Turismo: enfoque teóricos e práticos**. São Paulo: Roca, 2003.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 10 ed. Atualizada. São Paulo: SENAC, 2001, 515 p.

_____, Mário Carlos. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006, 200 p.

BUARQUE, Sergio C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável: metodologia e planejamento**. Editora Garamond, 2006

CHIAVENATO, Idalberto. **Vamos abrir um negócio**. São Paulo: Makron, 1995.

DENCKER, Ada de Freitas M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

GARRIDO, Inez Maria Dantas A. Modelos multiorganizacionais no turismo: cadeias, clusters e redes. In RUSCHMANN, Dóris & SOLHA, Karina Toledo. **Planejamento turístico**. São Paulo: Manole, 2004, 203 p.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

JARA, Carlos Julio. **A Sustentabilidade do Desenvolvimento Local: Desafios de um processo em construção**. Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), Recife: Sec. De Planejamento do Estado de Pernambuco, 1998.

MINAYO, Maria Cecília. **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. São Paulo: Vozes, 1994.

OLIVEIRA, Anelize Martins de. **Turismo e desenvolvimento local: a cultura como elemento de aporte ao desenvolvimento da atividade** Disponível em <http://siaiweb06.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/527> acesso em 14/04/2009.

PIRES, P.S. Ecoturismo no Brasil: uma abordagem histórica e conceitual na perspectiva ambientalista. 1998. 218 f. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, São Paulo. 1998.

PORTER, Michael. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1991, 557 p.



RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e desenvolvimento local**. 3. Ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

SECRETARIA DE TURISMO DO RECIFE. **Recife em eventos nacionais**. Disponível em: <http://www.recife.pe.gov.br/pr/secturismo/eventosnacionais.php>. Acesso 11/08/2007.

SCHULÜTER, Regina G. **Metodologia da pesquisa em turismo e hotelaria**. São Paulo: Aleph, 2003.

VALLS, Josep – Francese. **Gestão integral de destinos turísticos**. RJ: FGV, 2006.

ZIMMERMANN, A. Turismo rural: um modelo brasileiro. Florianópolis. 1996. 67 p.