

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE TURISMO

ANA KARINA MENDES DE CASTRO

**FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS APLICADAS NA GESTÃO PÚBLICA DO
TURISMO:** concepções e análise de posicionamento para o município de
Rosário/MA

São Luís
2008

ANA KARINA MENDES DE CASTRO

**FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS APLICADAS A GESTÃO PÚBLICA DO
TURISMO:** concepções e análise de posicionamento para o município de
Rosário/MA

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da
Universidade Federal do Maranhão para obtenção
do grau de Bacharel em Turismo.
Orientador: Prof. Ms. Anderson Miranda

São Luís
2008

ANA KARINA MENDES DE CASTRO

**FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS APLICADAS A GESTÃO PÚBLICA DO
TURISMO: concepções e análise de posicionamento para o município de
Rosário/MA**

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da
Universidade Federal do Maranhão para obtenção
do grau de Bacharel em Turismo.
Orientador: Prof. Ms. Anderson Miranda

Aprovada em ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Prof. MsC. Anderson Lourenço Miranda (Orientador)
Mestre em Administração
Fundação Getúlio Vargas – RJ (EBAPE/FGV)

Profº MsC. Saulo Ribeiro dos Santos
Mestre em Administração

Profº.Esp.Marcelo Lima Furtado
Especialista em Didática Universitária

AGRADECIMENTOS

A Deus, que sempre está ao meu lado, dando-me sua benção e graça. Sem Ele, nada teria alcançado.

A minha mãe Glória e meu pai Ribamar, pelo apoio e incentivo dado para que eu pudesse concretizar mais esta etapa da minha vida.

A meu filho Carlos Eduardo, por fazer nascer em mim, o desejo de ser alguém melhor e por me mostrar que esse é o maior amor de todos.

Ao meu orientador, Prof. MsC. Anderson, profissional competente que se dispôs a contribuir com a riqueza de suas sugestões.

Aos meus amigos, especialmente Cris, pela colaboração na realização desta pesquisa.

E, finalmente, agradeço a todos que contribuíram direta e indiretamente para a realização deste trabalho.

Senhor, tu me sondas, e me conheces. Tu conheces o meu sentar e o meu levantar; de longe entendes o meu pensamento. Esquadrinhas o meu andar, e o meu deitar, e conheces todos os meus caminhos. Sem que haja uma palavra na minha língua, eis que, ó Senhor, tudo conheces. Tu me cercaste em volta, e puseste sobre mim a tua mão. Tal conhecimento é maravilhoso demais para mim; elevado é, não o posso atingir. Para onde me irei do teu Espírito, ou para onde fugirei da tua presença? Se subir ao céu, tu aí estás; se fizer no Seol a minha cama, eis que tu ali estás também. Se tomar as asas da alva, se habitar nas extremidades do mar, ainda ali a tua mão me guiará e a tua destra me susterá (Salmos 139:1-10).

RESUMO

O município de Rosário está localizado no estado do Maranhão, na Mesorregião Norte Maranhense. É uma das regiões mais próximas da capital maranhense, possui um rico patrimônio cultural e natural, além de possuir uma localização privilegiada, tendo em vista que é portão de entrada para várias outras atrações turísticas, algumas até conhecidas internacionalmente, como é o caso do município de Barreirinhas. Neste contexto, no presente trabalho monográfico, faz-se uma abordagem sobre o município no sentido de pesquisar a importância de um planejamento turístico, com a finalidade de buscar ferramentas estratégicas aplicadas para a gestão pública, visando maximizar os impactos positivos da atividade turística. Portanto, no que se refere à fase empírica, foi imprescindível a realização de pesquisas bibliográficas e documentais, assim como investigação (observação *in loco*, aplicação de questionários semi-estruturados e registros fotográficos), para inventariar as potencialidades da cidade, objetivando traçar um diagnóstico do município, verificando as suas condições estruturais para posteriormente propor sugestões para o desenvolvimento de forma sustentável. Após a análise são sugeridas propostas de parcerias entre os setores públicos, privados e comunidade para o melhor desenvolvimento da atividade turística. Espera-se que tais sugestões sejam analisadas e melhoradas, pois se acredita que poderão contribuir para o desenvolvimento do município de Rosário.

Palavras-chave: Rosário – MA. Planejamento turístico. Ferramentas estratégicas.

ABSTRACT

The city of Rosario is located in the state of Maranhão in northern Mesorregião Maranhense. It is one of the regions closest to the capital Maranhão, has a rich cultural and natural heritage, also a prime location, which is aimed at gate of entry to several other attractions, some even internationally known, such as the municipality of Barreirinhas. In this context, work in this monograph, is an approach on the council to search the importance of planning a tour, with the aim of seeking strategic tools applied to public management, aiming to maximize the positive impacts of tourism. So with regard to empirical stage, it was essential to carrying out searches and bibliographic documentary, and research (on-site observation, application of semi-structured questionnaires and photographic records), to identify the potential of the city, aiming to provide a diagnosis the council, noting its structural conditions for further propose suggestions for the development of a sustainable way. After the analysis are suggested proposals for partnerships among public, private and community for the better development of tourism. It is hoped that these suggestions are reviewed and improved, because if we believe can contribute to the development of the city of Rosario.

Keywords: Rosario - MA. Planning tour. Strategic tools.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

SWOT	<i>Strenghts, Weaknesses, Opportunities e Threats</i>
BCG	<i>Boston Consulting Group</i>
IUCN	<i>International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
CSU	Centro Social Urbano
SEMUS	Secretaria Municipal de Saúde
CEMAR	Companhia Energética do Maranhão
SAAE	Serviço Autônomo de Água e Esgoto
ECA	Estatuto da Criança e do Adolescente
FACS	Fundação de Assistência à Carência Social
FOFA	Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01	Distribuição da população pesquisada de acordo com o gênero. Rosário-MA, 2008.....	58
Gráfico 02	Distribuição da população pesquisada de acordo com a ocupação. Rosário – MA, 2008.....	58
Gráfico 03	Distribuição da população pesquisada de acordo com o tempo de residência na cidade. Rosário – MA, 2008.....	60
Gráfico 04	Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião dos moradores sobre a cidade. Rosário – MA, 2008.....	61
Gráfico 05	Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião sobre o maior problema da cidade. Rosário – MA, 2008.....	61
Gráfico 06	Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião sobre a principal atração turística da cidade. Rosário – MA, 2008....	62
Gráfico 07	Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião sobre a possibilidade do turismo na cidade. Rosário – MA, 2008....	63
Gráfico 08	Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião sobre qual setor deve ser incentivado para a melhoria do turismo na cidade. Rosário – MA, 2008.....	64
Gráfico 09	Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião sobre a existência de algo em particular que poderia tornar a cidade mais atraente. Rosário – MA, 2008.....	65
Gráfico10	Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião sobre qual o maior benefício que o turismo pode levar para o município. Rosário – MA, 2008.....	67
Gráfico 11	Distribuição dos turistas de acordo com o local de origem. Rosário – MA, 2008.....	68
Gráfico 12	Distribuição dos turistas de acordo com o motivo principal da viagem. Rosário – MA, 2008.....	69
Gráfico 13	Distribuição dos turistas de acordo com o meio de transporte. Rosário – MA, 2008.....	70
Gráfico 14	Distribuição dos turistas de acordo com o conhecimento de propaganda sobre a cidade. Rosário – MA, 2008.....	71

Gráfico 15	Distribuição dos turistas de acordo com a forma que ficaram sabendo sobre a cidade. Rosário – MA, 2008.....	72
Gráfico 16	Distribuição dos turistas de acordo com o tempo de permanência na cidade. São Luís – MA, 2008.....	72
Gráfico 17	Distribuição dos turistas de acordo com a quantidade de vezes que vieram na cidade. Rosário – MA, 2008.....	74
Gráfico 18	Distribuição dos turistas de acordo com o meio de hospedagem utilizado. Rosário – MA, 2008.....	75
Gráfico 19	Distribuição dos turistas de acordo com o local onde realizam suas refeições. Rosário – MA, 2008.....	75
Gráfico 20	Distribuição dos turistas de acordo com a opinião sobre se a cidade possui algo que poderia torná-la mais atraente. Rosário – MA, 2008.....	76
Gráfico 21	Distribuição dos turistas de acordo com a opinião sobre a cidade. Rosário – MA, 2008.....	77
Gráfico 22	Distribuição dos turistas de acordo com o retorno à cidade. Rosário – MA, 2008.....	78

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Justificativa	12
1.2	Objetivos	13
1.1.1	Geral	13
1.1.2	Específicos	14
1.3	Problematização	14
1.4	Hipótese	14
1.5	Estrutura da pesquisa	14
2	PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DO TURISMO: reflexões conceituais, ferramentas e dinâmica sustentável	16
2.1	Reflexões conceituais	16
2.2	Dimensões do planejamento turístico	19
2.3	Ferramentas estratégicas	23
2.4	Princípios da sustentabilidade	30
3	INDICADORES TURÍSTICOS DO MUNICÍPIO DE ROSÁRIO	33
3.1	Aspectos físicos e estruturais	33
3.2	História do município	37
3.3	Aspectos culturais	38
3.4	Aspectos econômicos	42
3.5	Infra-estrutura básica	43
3.6	Infra-estrutura turística	47
3.7	Atrações turísticas	52
4	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO A PARTIR DA PESQUISA DE CAMPO	56
4.1	Metodologia	56
4.1.1	Tipo de pesquisa	56
4.1.2	Universo e amostra	56
4.1.3	Instrumentos de coleta de dados	57
4.1.4	Análise e interpretação de dados	57
4.2	Caracterização da pesquisa de opinião pública realizada junto à comunidade de Rosário / MA	57
4.3	Caracterização da demanda turística no município de Rosário	71
4.4	Análise das atuais condições através do diagnóstico turístico, a partir da Matriz SWOT	79
5	PROPOSTA PARA POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO	82
6	CONCLUSÃO	89
	REFERÊNCIAS	92
	ANEXOS	96
	APÊNDICES	107

1 INTRODUÇÃO

Este capítulo traça uma visão geral do trabalho, perpassando pela justificativa, onde se colocam os motivos que levaram à escolha do tema, os objetivos, a problematização, a hipótese e a estrutura da pesquisa.

1.1 Justificativa

O Estado é uma instituição organizada política, social e juridicamente, que ocupa um território definido, onde geralmente a lei máxima é uma Constituição escrita e dirigida por um governo que possui soberania reconhecida tanto interna como externamente. Manifesta-se por seus órgãos, que são supremos (constitucionais) ou dependentes (administrativos). Os constitucionais são aqueles a quem incube o exercício do poder político, cujo conjunto se denomina governo ou órgãos governamentais. Os administrativos estão em plano hierárquico inferior, cujo conjunto forma a Administração Pública, que por sua vez, pode ser definida como o conjunto de órgãos, serviços e agentes do Estado, bem como das demais pessoas coletivas públicas que asseguram a satisfação das necessidades coletivas variadas, tais como a segurança, cultura, saúde e o bem estar das populações.

A atividade turística cresce anualmente gerando renda e emprego que, muitas vezes, representam a atividade econômica principal de determinada localidade. Esse crescimento acarreta impactos, positivos e negativos, sendo esses últimos, quase sempre, em maior frequência. Daí a necessidade de sempre se encontrar alternativas que promovam a sustentabilidade do local, sem que o espaço físico e sócio-cultural seja devastado. O objetivo, ao se planejar o turismo sustentável, é procurar maximizar os impactos positivos advindos do turismo e minimizar, ou eliminar, os impactos negativos.

A gestão pública pode ser definida objetivamente como a atividade concreta e imediata que o Estado desenvolve para a consecução dos interesses coletivos. Ao observar todos os conceitos de gestão pública pode-se notar que o “povo” é um dos “sócios” desse sistema com uma boa parte das “ações” da “empresa”. O poder do povo na política pode ser definido como infinito, pois cabe a este a escolha dos representantes políticos. O grande problema é que os “sócios majoritários” desse sistema ainda não perceberam a força que possuem, assim

como a sua importância na participação da administração pública, deixando-se levar pelo sistema e aceitando tudo que lhes são impostos por “funcionários” que utilizam seus cargos para o seu próprio benefício deixando de lado os interesses coletivos. Atitude esta que gera a chamada “desigualdade social”, podendo esta ser justificada, em grande parte, pelo “comodismo social”, posto que se houvesse uma mobilização e uma conscientização de todas as partes envolvidas no processo democrático e social, o desenvolvimento aconteceria como mera consequência do mesmo. Porém, a realidade mostra que o individualismo e o crescimento de um grupo restrito é que toma proporções cada vez maiores; partindo do pensamento de que o acadêmico, com toda a sua carga teórica têm uma função importantíssima nesse processo, por esse motivo é que se optou neste trabalho deixar reflexões para discussões futuras.

Atualmente, pode-se perceber um esforço das organizações públicas em assumir uma postura mais gerencial em detrimento da burocracia que tanto maltrata o próprio sistema. Por burocracia entende-se aqui não a própria administração como se faz às vezes, mas aquele vício do servidor público que se manifesta no seu exagerado formalismo, na recusa de assumir responsabilidade, no maquinal e rotineiro desempenho de suas tarefas, na lentidão em cumpri-las. Daí resulta na estagnação do serviço com prejuízo e insatisfação do público. E é justamente aí que se percebe uma importante ferramenta gerencial, a estratégia, esta sim, imprescindível para a administração pública. Portanto, a partir da constatação de um mecanismo ligado diretamente ao desenvolvimento da atividade turística presente na administração pública, que deixa a desejar, decidiu-se por abordar nesta pesquisa, as ferramentas estratégicas do turismo na gestão pública, dando ênfase às concepções e análise de posicionamento para o município de Rosário, no estado do Maranhão.

1.2 Objetivos

1.2.1 Geral

Desenvolver um estudo acerca da cidade de Rosário com uma visão reflexiva sobre o desenvolvimento turístico, tendo como foco de análise instrumentos do gerenciamento estratégico, sua concepção e posicionamento.

1.2.2 Específicos

Dentre os objetivos específicos, estão:

- Identificar através de senso empírico, dados relacionados ao fenômeno turístico na cidade de Rosário (MA), apontando concepções e reflexões sobre os cenários existentes;

- Conceber através de levantamento bibliográfico, documental, em fontes primárias e secundárias, base teórica direcionada às ferramentas estratégicas do turismo e seus suportes na gestão pública;

- Avaliar a importância das ferramentas estratégicas na gestão pública municipal, elaborando uma proposta de posicionamento em detrimento das reflexões teóricas e empíricas.

1.3 Problematização

Como as ferramentas estratégicas podem auxiliar a gestão pública do turismo, especificamente no caso do município de Rosário, enfatizando suas concepções e análise de posicionamento?

1.4 Hipótese

H1) Os princípios do *planejamento* turístico e da sustentabilidade auxiliam no planejamento estratégico da Gestão Pública.

1.5 Estrutura da pesquisa

O município de Rosário, nos últimos anos, cresceu consideravelmente em decorrência de diversos fatores que vão desde novas políticas administrativas municipais até uma nova mentalidade de sua população. Diante dessa constatação, a pesquisa revelou a necessidade de analisar a gestão pública do turismo para aquela localidade tendo em vista buscar ferramentas que possam sanar evidentes problemas de ordem turística naquela área.

Assim iniciou-se o presente trabalho descrevendo o planejamento e a organização do turismo com breves reflexões conceituais acerca do planejamento

turístico, princípios de sustentabilidade e ferramentas estratégicas.

Faz-se uma caracterização geoambiental do município de Rosário, comentando sua formação geológica, geomorfológica, destacando a vegetação, o clima, o relevo, a hidrografia, e em especial os aspectos históricos, econômicos, sociais, culturais e turísticos. Em seguida apresenta-se o diagnóstico turístico a partir da pesquisa de campo realizada junto a moradores do município em estudo, seguido de uma análise das atuais condições a partir da matriz de SWOT e proposta para o posicionamento estratégico.

2 PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DO TURISMO: reflexões conceituais, ferramentas e dinâmica sustentável

O presente capítulo faz um estudo das etapas do planejamento e da organização da atividade turística, incluindo as ferramentas estratégicas adotadas, como alternativa para o desenvolvimento econômico, sócio-cultural e ambiental da localidade, dando ênfase aos princípios de sustentabilidade aplicadas ao turismo e a contribuição do *marketing* para a atividade turística.

2.1 Reflexões conceituais

A análise do planejamento como ação humana, com o compromisso de vir a se constituir um movimento dialético entre teoria e prática, possibilitando discernir que meios não são fins em si mesmos, deve auxiliar na compreensão do papel que o planejamento deve desempenhar na modernidade: época por excelência da racionalidade técnica, ou da razão instrumental, de tal forma que o planejador, ao planejar, tenha claro que não pretende deter a marcha do processo, a pretexto de conduzi-lo. Nesse contexto, Knoontz & O'Donnel (1980, p. 85) enfatizam que:

Planejar é decidir antecipadamente o que fazer, e quem deve fazer. O planejamento é como uma ponte estendida entre o ponto onde estamos e o ponto onde desejamos ir. Possibilita a ocorrência de coisas que de outra forma não ocorreriam. Embora raramente se possa prever o futuro exato e embora fatores que escapam ao controle possam interferir com planos mais bem idealizados, sem o planejamento os acontecimentos ficariam ao sabor do acaso.

A função de planejar pode ser conceituada como a análise de informações do presente e do passado e a ponderação dos prováveis desenvolvimentos futuros, de forma que o curso de ação seja determinado e que torne possível ao planejador atingir os objetivos já determinados. Portanto, planejar é uma atividade de fundamental importância na vida humana, assim como é considerada também como uma função significativa desempenhada no processo administrativo. É ainda, organizar um conjunto de atividades interdependentes, é definir metas, organizar recursos e esforços para alcançá-las, medindo resultados, confrontando expectativas.

Tendo surgido como instrumento do desenvolvimento econômico, o

planejamento no Brasil também acompanhou a tendência mundial. Assim, podem-se tomar inúmeras idéias e conceitos de planejamento para desvendar os inúmeros sentidos que este possui. O significado do termo planejamento é muito ambíguo, mas no seu uso trivial ele compreende a idéia de que sem um mínimo de conhecimento das condições existentes numa determinada situação e sem um esforço de previsão das alterações possíveis dessa situação, nenhuma ação de mudança será eficaz e eficiente, ainda que haja clareza a respeito dos objetivos da ação.

Nesse contexto, planejamento é um processo que se preocupa com para onde ir e quais as maneiras adequadas de chegar lá tendo em vista a situação presente e possibilidades futuras, para que o desenvolvimento de ações idealizadas atenda tanto as necessidades do desenvolvimento da sociedade, quanto às do indivíduo (ALBERS, 1997). Portanto, em todo o processo de trabalho, nas ações de planejamento, instaura-se a necessidade de reconstituir o processo e averiguar a extensão do planejamento via os indícios deixados por esses afazeres. Esses indícios ficam registrados em inúmeros suportes que marcam a história do trabalho e dos planejamentos dele decorrentes.

Boiteux; Werner; (2003, p.9) esclarece que o planejamento prevê a organização, a direção e o controle, que tem como significado maior a organização antecipada de determinada ação.

Planejamento é a determinação antecipada dos objetivos a serem atingidos e dos meios pelos quais esses objetivos devem ser atingidos. É a decisão do que fazer, como fazer e quem executará as funções determinadas. O planejamento requer coleta e tratamento das informações para facilitar a identificação dos objetivos e metas a serem alcançados.

O autor referencia a importância da sistematização das idéias comuns dentro de um caminho lógico e racional, direcionado ao alcance de objetivos comuns e aponta que em base, pode-se entender planejamento como um conjunto de ações coordenadas entre si que concorrem para a obtenção de um resultado desejado.

Para Petrocchi (1999, p.20), o planejamento “permite mapear as dificuldades ou obstáculos e, assim, escolher previamente caminhos alternativos”. De acordo com o autor o planejamento engloba as atividades de antecipar, influenciar e controlar a natureza e direção de mudanças, portanto este é um processo contínuo que envolve noções de percepção, análise, pensamento

conceitual, comunicação e ação. É importante destacar que nunca se deve pensar em um planejamento pronto, imutável e definitivo, pois seria muito conveniente se o planejamento não precisasse ser mudado. Uma vez que ele foi definido, deve-se antes acreditar que o planejamento representa uma primeira aproximação de medidas adequadas a uma determinada realidade, tornando-se, através de sucessivos re-planejamentos cada vez mais apropriado para enfrentar à problemática desta realidade.

Nesse sentido, Oliveira (1999), ressalta que o planejamento é um processo onde a organização escolhe metas baseadas em estimativas para o alcance de uma situação desejada e de uma maneira mais eficiente, ou seja, o planejamento é definido pelo autor como uma atividade pela qual o administrador analisa condições presentes para determinar formas eficazes de atingir um futuro desejado maximizando a concentração de esforços e recursos da organização.

Assim, o planejamento ocorre em todos os tipos de atividade e é o processo básico pelo qual são decididos quais são os objetivos e como serão atingidos. Ainda de acordo com Oliveira (1999), o planejamento pode ser distinguido em três tipos: planejamento estratégico; planejamento tático; e planejamento operacional. Neste quadro de referências, o autor coloca que:

O planejamento estratégico relaciona-se com objetivos de longo prazo e com maneiras e ações para alcançá-los que afetam a empresa como um todo, enquanto o planejamento tático relaciona-se a objetivos de mais curto prazo e com maneiras e ações que geralmente, afetam somente uma parte da empresa. O planejamento operacional trata da formalização, principalmente através de documentos escritos das metodologias de desenvolvimento e implantação estabelecidas (OLIVEIRA, 1999, p.43).

Sendo assim, o que se pode observar é que o planejamento estratégico abrange a organização como um todo, envolve uma atividade a longo prazo, e trata do diagnóstico, dos objetivos e das estratégias. O planejamento estratégico questiona todas as ações da organização, desde seu objetivo presente e futuro até sua posição na sociedade. E são esses esforços de responder essas questões que fazem com que a organização esteja bem mais preparada para direcionar os recursos para melhor atingir seus objetivos.

Já o planejamento tático tem por objetivo otimizar determinada área da organização e não a empresa como um todo. Corresponde a um planejamento departamental ou setorial, portanto trabalha com a decomposição dos objetivos,

estratégias e políticas estabelecidos no planejamento estratégico. No planejamento tático são desenvolvidos níveis organizacionais inferiores, ou seja, por uma média gerência, que analisa e planeja planos pontuais setorizados a serem realizados em médio prazo.

No planejamento operacional encontram-se, essencialmente, os planos de ação ou planos operacionais. São ações que podem ser orientadas por uma supervisão ou gerência operacional que corresponde ao planejamento de algumas tarefas ou operações de curto prazo. Deve conter detalhes dos recursos necessários para o seu desenvolvimento e implantação, os procedimentos básicos a serem adotados, os produtos ou resultados finais esperados, os prazos estabelecidos e os responsáveis pela sua execução e implantação.

Diante do exposto vale ressaltar o desempenho eficaz do planejamento estratégico na definição de ações, considerando que o mesmo é fundamentado nas habilidades de identificar os fatores do ambiente que afetam o sucesso da organização, avaliar os pontos fortes e fracos da organização, encaixar-se imediatamente às mudanças de condições do ambiente, saber que motivar as pessoas para as mudanças de estratégia depende da atmosfera organizacional gerada pelas atitudes e valores pessoais da administração e equilibrar a organização no que se refere a proprietários, clientes, acionistas, funcionários e o público em geral.

Assim, um bom planejamento precisa seguir um roteiro de atividades fundamentais básicas, como: a avaliação das condições, que consiste em reconhecer nas condições atuais; inadequações que influem na mudança; o fator tempo, onde o planejamento pode ser visto a curto, médio e longo prazo; os problemas de previsão que reúnem um elenco de procedimentos e técnicas para prognosticar condições e eventos possíveis de ocorrer no futuro. Dessa forma, a utilização de ferramentas estratégicas é importante para a efetivação desse processo.

2.2 Dimensões do planejamento turístico

Atualmente o turismo é considerado um fenômeno complexo das sociedades modernas que pode ser determinado por várias razões que vão desde o contentamento do prazer, a busca de um lugar sossegado até o simples contato com

a natureza. No entanto, como segmento econômico, sua possibilidade de produzir mudanças e popularização ocorreu somente no século XX, principalmente a partir do advento da globalização da aviação comercial, que vem crescendo significativamente e tornando-se um dos setores mais rentáveis do mundo.

Macroeconomicamente, conduz-se de maneira estável e flexível causando impacto a pelo menos 52 setores diferentes da economia envolvendo empreendimentos de todos os portes (micro, médio e macro), diversos níveis tecnológicos e de qualificação de pessoal. Tal abrangência resulta na geração de impressionante quantidade de empregos e de renda, direta ou indiretamente.

Nesse contexto, é interessante destacar o que dizem Hunziker e Kraph (apud BENI, 2001, p.36), ao definirem turismo como “a soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência de não-residentes, na medida em que não leva à residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória”.

No entanto quando se tem como objeto de estudo o tema sobre turismo, deve-se analisar as principais questões influenciadoras do conjunto, e ao decompor as diferentes definições encontradas é necessário que se observe o contexto na qual estão inseridas. É importante investigar qual a contextualização histórica, temporal e espacial.

Dessa forma, o turismo pode ser considerado uma atividade que converte o espaço, pois necessita da existência de uma organização dentro do setor, promovendo viagens e beneficiando os locais receptores pelos meios que utiliza e pelos resultados que produz. A atividade aproveita os bens da natureza sem consumi-los, nem esgotá-los; emprega uma grande quantidade de mão-de-obra; exige investimento; gera rendas individuais e empresariais; proporciona o ingresso de divisas na balança de pagamentos; origina receitas para os cofres públicos; produz múltiplos efeitos na economia do país, valorizam imóveis e impulsiona a construção civil. Os resultados que a atividade turística é capaz de obter decorrem principalmente da movimentação econômico financeira.

Nesse sentido, o ato ou efeito de desenvolver oportuniza várias interpretações, de acordo com o que Ávila (2000, p.69), chamou de “desenvolvimento no local” ao afirmar que:

Aquele em que a localidade é somente a sede do desenvolvimento, sem haver um comprometimento com a comunidade, com sua cultura e identidade, ou, às vezes até buscando sua participação, limitando o desenvolvimento ao mero “fazer para acontecer”, sem uma preocupação com sua sustentação.

Nesse contexto, o planejamento turístico é responsável pelo controle e pela organização dos impactos positivos e negativos gerados pela indústria turística. No âmbito da atividade turística, o planejamento se torna fundamental para obtenção de resultados positivos e com o mínimo possível de erros.

Assim, uma nova concepção de desenvolvimento implica a quebra de um paradigma que se formou através dos tempos vindo da ideologia capitalista. O conceito de um novo modelo de desenvolvimento deve ter inerente em sua existência a base de integração e de sustentação, e também outros conceitos devem ser associados como o da participação, da solidariedade comunitária, do próprio local como espaço físico (território) e de territorialidade, ou seja, o sentimento de pertença ao local.

Para Ruschmann (1999, p.9) o planejamento turístico tem por finalidade:

Ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada evitando, dessa forma os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem sua atividade.

Deduz-se então, que o turismo, como atividade socioeconômica, reflete todo o processo de globalização que vem incidindo no mundo pós-moderno. A crescente complexidade do fenômeno globalização tornou-se um impulso no processo de desenvolvimento do turismo. Novas estruturas exponenciais permitiram esta conexão: o sistema mundial interligado, o desenvolvimento sem precedentes da tecnologia da comunicação e dos meios de transportes, e ainda, o desenvolvimento de uma nova política internacional.

Ainda segundo Ruschmann (1999), o planejamento é uma ferramenta de fundamental importância para que o desenvolvimento turístico ocorra de maneira equilibrada e harmônica com os recursos físicos, culturais e sociais das localidades receptoras, impedindo, assim, que o turismo destrua as bases que o fazem existir.

Apesar de o turismo ser um grande gerador de riquezas, ele se constitui também como uma força de agressão à natureza, às culturas, aos territórios e às sociedades. É imprescindível para o planejador, encontrar um ponto de equilíbrio

entre o meio ambiente e o turismo, suas ações devem ser planejadas de acordo com uma metodologia científica, a fim de conduzir o turismo para um desenvolvimento sustentável.

O turismo é uma área que atrai interesse acadêmico, governamental, industrial e público. Apesar de verdadeira a afirmação de que o turismo é uma das maiores fontes de renda e um dos setores mais fortes da economia, observa-se que cada vez mais, as cidades estão dando uma atenção diferenciada ao turismo, tratando-o como uma indústria em crescimento capaz de aquecer a economia e trazer benefícios para os locais onde a atividade turística é desenvolvida, gerando divisas que posteriormente serão sentidas nos diversos setores da localidade. Os estados começam a perceber tal oportunidade de mercado e já iniciaram investimentos nesta área, que gera emprego e renda para os setores da economia, desde que cuidadosamente planejados.

Nessa perspectiva, o planejamento é um importante instrumento de ação dos governos para promover o desenvolvimento econômico.

Nesse contexto, o *design* urbano diz muito a respeito do caráter de um local, além de definir a maneira como esse é transmitido de uma geração para outra. Para Nobre; Amazonas (2002, p.128) “o *design* urbano fornece informações sobre o local porque reflete como os valores e as tomadas de decisão se combinam em problemas que afetam o desenvolvimento”.

Assim, as localidades precisam pensar amplamente sobre a importância do *design*. Uma boa estratégia para a melhoria de uma localidade é educar as autoridades públicas acerca do bom *design* urbano, pois este enfatiza o que é compatível em termos ambientais com as características físicas e nacionais já existentes, juntamente com os meios de reviver o caráter e a história das localidades. Nas cidades em que o *design* urbano é o alicerce, a infra-estrutura permite que ele seja implantado. É notório que grande parte da vantagem de uma localidade vem da infra-estrutura que proporciona ou tira o valor de suas atrações.

Uma cidade com um crescimento urbano mal administrado, causa para o desenvolvimento e para a maturidade do local, problemas genéricos, como por exemplo: deterioração da cidade central; criminalidade; redução de empregos e congestionamentos de tráfego. Os desafios do *design* basicamente são: fazer com que as ruas e as vizinhanças tornem-se habitáveis (saneadas e seguras); estabelecer uma densidade populacional para manutenção da vida urbana; reunir

atividades como, por exemplo, trabalho e recreação; humanizar o ambiente; e realizar construções diferenciadas que estabeleçam a organização do espaço.

Todo local deve possuir uma infra-estrutura básica de qualidade para que seja possível atrair e manter pessoas, negócios e visitantes. As conseqüências da negligência e do subinvestimento são vistas diariamente, com a mídia mostrando cidades onde existem pessoas que convivem com uma infra-estrutura decadente. Sabe-se que de certa forma uma excelente infra-estrutura não garante desenvolvimento de uma cidade, mas a falta dela é uma deficiência grave. Uma boa estratégia para melhoria da infra-estrutura seria: avaliação das necessidades, uma boa administração, um planejamento ambiental e a sincronia das necessidades do local com o desenvolvimento da infra-estrutura.

É necessário que as cidades realizem uma avaliação das necessidades de suas instalações mais importantes em termos de idade, condições e reparações programadas, assim como plano de reabilitação e substituição de cinco a vinte anos referente a elas. É de grande importância que um inventário das condições, do custo e das datas para manutenção da infra-estrutura da cidade seja elaborado, e que este inventário não se perca devido às mudanças de gerenciador.

A avaliação das necessidades está diretamente ligada à administração da infra-estrutura, pois a partir da avaliação, a administração poderá realizar um planejamento elaborado com base no orçamento local para que seja melhorado o desempenho do sistema de infra-estrutura, sendo válidas as trocas de experiência entre uma localidade e outra, fazendo com que aprendam uma com a outra.

O planejamento ambiental é de suma importância. Conhecer e obedecer a legislação ambiental é um ponto que deve ser respeitado, assim como o desenvolvimento de projetos que valorizem o ambiente natural da localidade. Nessa perspectiva, o planejamento turístico é um importante instrumento de ação dos governos para promover o desenvolvimento turístico e conseqüentemente o econômico.

2.3 Ferramentas estratégicas

As organizações podem se preparar para a mudança, obtendo tempo e recursos e planejar futuros acontecimentos baseados em uma combinação prática

de probabilidades e efeitos potenciais sobre ela. Para isso, precisa utilizar ferramentas adequadas para que alcance as metas e o patamar desejado.

O *marketing* pode ser uma saída considerando que se utiliza da criatividade e bom senso dos profissionais. Que, aliados às suas experiências, auxiliam a obter resultados para as organizações, coordenando as pessoas e as ferramentas disponíveis, estimulando a demanda e favorecendo o crescimento social e econômico de uma região. Juran (2000, p.62) esclarece que:

[...] o Marketing é dotado de ferramentas próprias, que são aplicadas em estratégias de negócios, buscando os objetivos das organizações, que podem ser crescimento da fatia de mercado, aumento da lucratividade, ampliação da atuação geográfica, aumento da satisfação dos consumidores e sua conseqüente fidelização, em alguns casos, inclusive, sobrevivência das empresas, e quaisquer outros objetivos propostos.

Dessa forma, a prática do *marketing* exige uma visão acurada de mercado, uma proximidade com a realidade histórica do momento vivido, de modo que a empresa possa explorar as oportunidades apresentadas nos diferentes contextos vividos pelas nações. Exige, em contrapartida, um controle rígido das variáveis internas das organizações, de modo a permitir adaptações da máquina empresarial, ajustando-se às mudanças externas, ou melhor, antecipando-se a elas. Em outras palavras, exige eficácia gerencial.

Nessa perspectiva tem-se a vantagem do planejamento estratégico em cujo interior estão os cenários prospectivos, onde é possível descobrir que alguns tipos de mudanças têm um grande efeito sobre a organização. Assim, Kwasnicka (1999, p.118), ressalta que:

O planejamento estratégico inclui atividades que envolvem a definição da missão da organização, o estabelecimento de seus objetivos e o desenvolvimento de estratégias que possibilitem o sucesso das operações em seu ambiente. Envolve tomada de decisões, apropriação de recursos, como, por exemplo, dinheiro e mão de obra, têm um impacto significativo a longo prazo e focaliza a interação da organização com o ambiente externo.

Dessa forma, os componentes básicos da administração estratégica incluem não só o processo de planejamento, mas também as fases de implementação e controle que promoverão mudanças na organização. Não é fácil prever mudanças futuras, para isso, é preciso descobrir quais das muitas tendências: econômicas, tecnológicas, governamentais, culturais, etc, irão se transformar nas futuras tendências que farão crescer a organização. Não basta

apenas prever a mudança; é preciso descobrir também o que ela significa para a organização. As probabilidades através de ferramentas estatísticas, tecnológicas e principalmente o pensamento estratégico, indicam a possibilidade de suas melhores previsões se confirmarem. Pesando o impacto, a organização saberá se deve ficar otimista, preocupada ou indiferente. Examinar ao mesmo tempo se a probabilidade e o impacto propiciam uma idéia melhor de como planejar. Dentre os benefícios oferecidos pelos cenários, pode-se destacar: facilitar o processo de entendimento do ambiente e as prováveis influências, maior certeza no processo decisório, maior conhecimento dos processos internos e externos e suas inter-relações, interação entre concorrentes e receber elementos para a formulação de estratégias.

Serra et al (2004) colocam que o planejamento estratégico é um processo gerencial que permite estabelecer um direcionamento a ser adotado pelo administrador, com a intenção de se alcançar uma otimização na relação entre a organização e seu ambiente. Enfatizando que:

Estratégia e planejamento têm significados distintos, mas devem coexistir, pois um precede o outro, e o planejamento é fundamental para que os objetivos da empresa sejam alcançados. O planejamento estratégico é o instrumento que organiza e ordena o que se pretende que aconteça em determinado momento, e o plano estratégico é o documento que formaliza essa sistematização.

Sendo assim, pode-se entender o planejamento estratégico como o processo que organiza a resposta que a organização precisa apresentar ao seu ambiente diante de um contexto de mudanças. É a ação pela qual se formulam os objetivos para a seleção de programas de ação e para a sua execução, levando em consideração as condições internas e externas à organização e seu desenvolvimento esperado, considerando que acontecimentos e forças que transcendem o controle modificam repetidamente as condições de negócios na organização. Embora milhares de fatores possam influenciar o ambiente organizacional, pode-se simplificar as coisas analisando-se todos os fatores ambientais. Quando mudanças radicais ameaçam remodelar os negócios da organização, é seguro apostar na observação mais atenta das maiores tendências econômicas, tecnológicas, governamentais ou culturais.

Isto posto, cabe então abordar a importância da participação da comunidade no processo de planejamento seja ele do que for. Assim, quando o

processo de planejamento envolve o setor público, os técnicos, o mercado, e a comunidade local, o mesmo é chamado de planejamento participativo. Sobre este assunto muito se discute, e se consensua que este pode ser a chave para o planejamento de sucesso, especialmente por envolver a comunidade local e receptora. Alguns modelos de planejamento ultrapassados, ou que não valorizam a localidade como um todo, tende a obter resultados tendenciosos, e sendo a comunidade local aquela que mais sofre os impactos das atividades, é necessário ouvi-la, mas não apenas, e sim considerar suas colocações, necessidades e intuítos. Essa é a essência do planejamento participativo.

Planejamento participativo é diferente de consulta, sensibilização, conscientização. Enquanto os últimos preocupam-se com argumentos convencedores quanto à importância e/ou relevância da atividade na localidade e da importância de bem tratar ao visitante, o planejamento participativo deve atender às solicitações das partes envolvidas. Este não é um processo simples, pois demanda uma gama variada de conflitos a serem administrados, e a metodologia do mesmo não é facilmente encontrada na bibliografia disponível, inclusive porque cada localidade terá seu nível de conflito distinto da outra.

O planejamento participativo, segundo Molina (2001, p.69) terá ao final as seguintes características:

- terá objetivos e metas que atendam a todos os envolvidos;
- o plano é produto da sociedade;
- contribuirá para dirimir conflitos existentes;
- valorização maior do meio abrangente como um todo.

Esta modalidade de planejamento ainda contribui para que a comunidade como um todo passe a se autoconhecer e aprender cada vez mais, por compreender não apenas sua própria realidade, mas a de outros sujeitos envolvidos.

O planejamento por cenários permite imaginar várias versões completas do futuro e refletir sobre qual delas poderia afetar a sorte da organização.

Nesse contexto, o planejamento estratégico considera premissas básicas que a organização deve acatar para que todo o processo tenha coerência e sustentação buscando manter uma flexibilidade viável de seus objetivos, habilidades e recursos (ROCHA, 2002). Entretanto fazer planos e estruturar uma organização não quer dizer que as atividades serão executadas e os objetivos atingidos. A

divisão das atividades tem por objetivo aumentar a eficiência operacional, portanto precisa ser coordenada para que as pessoas possam realizar estas atividades sem dispersão de recursos e energias desnecessárias.

Algumas das mudanças são óbvias e previsíveis; outras surgem de repente. Porém, muitas atividades e acontecimentos são aleatórios. Muitas tendências organizacionais são imprevisíveis e sujeitas a mudanças, mas não aleatórias. Por isso, todos se interessam por projeções, porque elas são melhores que adivinhações. Então as organizações podem se preparar para enfrentar os problemas da próxima década embora esses problemas sejam imprevisíveis. Elas só podem acomodar as forças de mudança criando e institucionalizando uma capacidade de mudar a si mesmas. O segredo do sucesso não é prever o futuro, é criar uma organização que prosperará em um futuro que não pode ser previsto.

O planejamento por cenários não foi feito para prever o futuro; seu verdadeiro valor está em oferecer novas opções e uma série maior de possibilidades sobre as quais pensar. Cenários de negócios diferentes estimulam a imaginação e trazem visões do futuro de uma organização.

O impacto de uma tendência ou um acontecimento sobre a organização, pode ser a melhor coisa para um setor e um completo desastre para outro. O tomador de decisão não pode tentar calcular tudo quanto dependa das vantagens de cada alternativa. Muitos fatores podem impulsionar rapidamente a análise, além da compreensão humana. Conseqüentemente devem-se selecionar os fatores mais importantes e concentrar neles. A finalidade é como pensar sobre todo o ambiente, de maneira que os aspectos insignificantes não sejam considerados, e dá-se uma cuidadosa atenção aos aspectos mais importantes.

O processo de tomada de decisão através de cenários pode ser dividido em quatro fases: diagnosticando o problema, encontrando boas soluções alternativas, prevendo as possíveis conseqüências de cada alternativa e selecionando aquela que promete maiores acertos e vantagens.

Uma percepção sensitiva, ligada a uma análise lógica, é especialmente importante no diagnóstico e na previsão; a originalidade e a imaginação têm uma grande parte na pesquisa criadora por alternativas; e, na seleção final, as valorizações subjetivas são inevitáveis. Nessa perspectiva, o inventário turístico é um projeto que nunca terá fim, pois sempre haverá empreendimentos fechando e outros abrindo, portanto estará sempre em fase de atualização dos dados.

O inventário turístico a partir de uma metodologia permite inserir novas variantes e informações para tornar o trabalho mais dinâmico e completo. Assim, Salles (2003, p.93), diz que: “O Inventário Turístico é utilizado como um levantamento de todos os serviços que são prestados no município e também de locais que possuem potencial para se tornar um atrativo turístico”. É através dele que todos os dados do empreendimento são diagnosticados.

Nesse contexto, se o empreendimento for de ordem turística precisa ser planejado na perspectiva de sua capacidade de carga. Assim, é necessário que sejam definidas quais são as ações a serem empregadas para que a capacidade de carga seja o instrumento principal e o indicador mais respeitado e aceito da regulamentação e normatização da atividade, da prática e do serviço turístico. Os poderes públicos, considerando aí todas as esferas geográficas e demográficas, a iniciativa privada, o terceiro setor e a comunidade em geral, devem traçar ações integradas, onde a responsabilidade de um seja a consequência do controle e acompanhamento dos outros, considerando que a capacidade de carga é o encargo capaz de restabelecer o encanto das cidades, das localidades, dos atrativos, enfim, do turismo.

A matriz *Boston Consulting Group* (BCG) é um modelo para a análise do portfólio de produtos e unidades de negócio baseado no conceito de ciclo de vida do produto. A Matriz BCG permite visualizar o ciclo de vida dos produtos da empresa no sentido da sua criação, aceitação, evolução e fim pelo que é simples de explicar e de demonstrar a sua utilidade prática. Na perspectiva turística poderá ser utilizada, pois esta matriz revela, graficamente, os produtos existentes na região tendo em conta a sua situação atual e futura, relativamente ao seu ciclo de vida no mercado turístico.

Dessa forma, os especialistas em *marketing* estão sempre a desenvolver ferramentas para que todas as análises sejam feitas corretamente, cada uma das variáveis são encaixadas, conceitos são definidos e a estrutura com a qual são formuladas dão o tom estratégico. Vale ressaltar que um dos modelos de análise desenvolvidos para isso foi elaborado por Michael Porter, estruturando um estudo voltado para a empresa e o meio em que ela encontra-se inserido, as principais variáveis e seus efeitos sobre toda a organização.

Com o objetivo de facilitar a elaboração de estratégias mais eficientes, precisas e que dão uma base muito mais sólida, Porter cria uma ferramenta muito

útil, que deve ser utilizada em sua plenitude. Não há espaços para deixar de lado nenhum dos fatores inseridos nas Cinco Forças de Porter, a estruturação de uma estratégia elaborada com este modelo tem como ponto principal não deixar detalhes fugirem da percepção. Para que cada ponto seja analisado corretamente são necessários estudos direcionados a cada uma das 5 forças, as oportunidades e ameaças inseridas em cada uma delas, tendo em vista que cada um dos pontos analisados e inseridos neste modelo influencia diretamente o desempenho da empresa no mercado, pois estão ligados e complementam um ao outro, mesmo que pareçam completamente distantes ou sem nenhuma relação evidente. Porter (2004, p.95), destaca as 5 forças como:

Rivalidade entre os concorrentes; são analisados todos os concorrentes, suas forças, fraquezas, os produtos disponíveis no mercado, seus diferenciais e todo o conjunto de ações elaboradas para manter-se no mercado e conquistar mais clientes;

Poder de barganha dos clientes; os clientes ou consumidores são desejados por todas as empresas, mas a forma de atingir e trazer para “dentro” da organização consome tempo e estudos muito aprofundados, cada fator é importante, desde a faixa etária até mesmo os fatores psicológicos que influenciam seu comportamento e decisão de compras;

Poder de barganha dos fornecedores; cada vez mais é necessário tornar um fornecedor um parceiro da empresa, qualificando sua estrutura, tornando-o importante dentro de toda a cadeia e dando suporte para que ambos cresçam, conseqüentemente o aperfeiçoamento na produção é elevado e conquistam-se mais consumidores;

Ameaça de novos entrantes; estas empresas podem causar problemas para quem já está no mercado, pois os produtos estão circulando, são conhecidos os clientes e consumidores das organizações e como lidam com o mercado, então surgem empresas dispostas a diferenciar seus produtos em busca de ganhos sobre o mercado das empresas já estabelecidas, este estudo determina a competência de cada empresa e sua atenção ao mercado;

Ameaça de produtos substitutos: todo produto pode e será trocado mais cedo ou mais tarde, não há como imortalizar um produto, os avanços tecnológicos facilitam a troca de um bem por outro, as características são diferentes, mas exercem função similar e podem tomar o mercado de empresas que já possuem um histórico e uma longa vida no mercado.

Em um determinado momento, uma ou algumas dessas forças são mais importantes para um setor, assumindo maior influência na determinação da sua lucratividade. A fim de elaborar uma boa estratégia, é necessário se conhecer bem o setor e as características que governam suas forças competitivas.

Os cenários geralmente são caros, envolvem tempo e dedicação e necessitam de um senso crítico. Sua eficácia é relevante, pois esta prática no Brasil ainda é pouco usada, bem como as dificuldades de comparação e medição. Tudo isso pode ser provocado pela falta de especialistas de diversas áreas na geração

dos possíveis cenários e/ou dificuldade encontrada pelos especialistas não familiarizados com o conceito de cenários prospectivos – por conta do entendimento da importância e potencial dos mesmos.

Após o estabelecimento dos cenários, é preciso identificar a capacitação estratégica da empresa, e seu desenvolvimento frente àquele cenário.

2.4 Princípios da sustentabilidade

O atual debate sobre sustentabilidade ganha campo a partir da preocupação de que as ações presentes não inviabilizem a vida no futuro, evocando, assim, um futuro desejável e, sobretudo, busca colocar em termos não contraditórios a relação entre desenvolvimento e ambiente. Nesse sentido, sustentabilidade é um conceito sistêmico, relacionado com a continuidade dos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais da sociedade humana.

O adjetivo sustentável adicionado ao termo desenvolvimento incorpora uma preocupação intergeracional uma vez que associa dimensões, tradicionalmente separadas, quais sejam: a social, ambiental e econômica. Enquanto, ao longo da década de 70, no século XX, o debate ambiental colocava como antitéticos desenvolvimento e ambiente, ao longo da década de 80, passa a ganhar expressão e iniciativas que buscam articular desenvolvimento e meio ambiente, considerando-os como termos não contraditórios (NOBRE; AMAZONAS, 2002).

A expressão sustentabilidade teria aparecido pela primeira vez em 1980, num relatório da *International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources* (IUCN), *World Conservation Strategy*¹, que sugeria esse conceito como uma aproximação estratégica à integração da conservação e do desenvolvimento coerente com os objetivos de manutenção do ecossistema, preservação da diversidade genética e utilização sustentável dos recursos. O Relatório *Brundtland* (1987), como ficou conhecido o documento, definia desenvolvimento sustentável como o "[...] desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das gerações vindouras satisfazerem as suas próprias necessidades".

¹ *World Conservation Strategy* - Entende-se Estratégia de Conservação Mundial.

Colocando em termos simples, sustentabilidade significa prover o melhor para as pessoas e para o ambiente tanto agora como para um futuro indefinido. O termo original "desenvolvimento sustentável," é um termo adaptado pela Agenda 21, programa das Nações Unidas. Algumas pessoas hoje, referem-se ao termo "desenvolvimento sustentável" como um termo amplo pois implica em desenvolvimento continuado, e insistem que ele deve ser reservado somente para as atividades de desenvolvimento. "Sustentabilidade", então, é hoje em dia usado como um termo amplo para todas as atividades humanas.

Nesse contexto, a noção de desenvolvimento sustentável tem implícito um compromisso de solidariedade com as gerações do futuro, no sentido de assegurar a transmissão do patrimônio capaz de satisfazer as suas necessidades. Implica a integração equilibrada dos sistemas econômico, sócio-cultural e ambiental, e dos aspectos institucionais relacionados com o conceito muito atual de "boa governação". De acordo com Nobre; Amazonas (2002, p.118) o conceito de sustentabilidade surge em uma arena de disputa política, como resultado de acirradas disputas com forte significado prático e teórico e se insere no âmbito de um projeto mais amplo de institucionalização da problemática ambiental.

O projeto fundado na problemática ambiental tinha duas facetas visíveis, duas etapas estratégicas a serem cumpridas: elevar a problemática ambiental ao primeiro plano da agenda política internacional e fazer com que preocupações ambientais penetrassem a formulação e implementação de políticas públicas em todos os níveis nos Estados nacionais e nos órgãos multilaterais e de caráter supranacional.

Nesse sentido, a noção de sustentabilidade está submetida à lógica das práticas, articula-se a efeitos sociais desejados, a funções práticas que o discurso pretende tornar realidade objetiva. Tal consideração nos remete a processos de legitimação/deslegitimação de práticas e atores sociais. Por um lado, se a sustentabilidade é vista como algo bom, desejável, consensual, a definição que prevalecer vai construir autoridade para que se discriminem, em seu nome, as boas práticas das ruins.

Pode-se observar que o que está em jogo não é apenas a sua definição, mas uma luta pela apropriação do conceito que dê legitimidade ao conjunto de práticas a serem instituídas. Assim, sustentabilidade abrange vários níveis de

organização, desde a vizinhança e se estende ao planeta inteiro de acordo com os princípios estipulados para isso.

De acordo com Irving (2002) apud Dias (2003, p. 74) a OMT publicou em 1994 a “Agenda 21 para a indústria de viagens e turismo para o desenvolvimento sustentável”, na qual foram identificados as seguintes ações para o turismo sustentável, em oito áreas prioritárias:

- Minimização do desperdício, pela diminuição de uso do recurso e aumento da qualidade;
- Conservação e gerenciamento de energia pela redução de uso de fontes disponíveis e minimização de emissões atmosféricas potencialmente negativas;
- Gerenciamento de recursos hídricos (água doce), para proteção da qualidade da água e uso eficiente e equitativo do recurso;
- Gerenciamento de esgoto, com objetivo de sua redução, visando à proteção do meio aquático e da flora e da fauna e conservação da qualidade dos recursos de água doce;
- Gerenciamento de substâncias tóxicas e/ou perigosas, a partir de sua substituição por produtos ambientalmente menos impactantes;
- Gerenciamento dos sistemas de transportes com o objetivo de controle de emissões perigosas à atmosfera e de outros impactos ambientais;
- Planejamento e gerenciamento do uso do solo, no contexto da demanda de uso múltiplo e equitativo, tendo em vista o compromisso de conservação ambiental e cultural e geração de renda;
- Envolvimento de staff, clientes e comunidades nas questões ambientais.

Dessa forma, para um empreendimento humano ser sustentável, tem de ter em vista quatro requisitos básicos. Esse empreendimento tem de ser: ecologicamente correto; economicamente viável; socialmente justo; e culturalmente aceito. Portanto, sustentabilidade significa que não se podem aumentar as necessidades indefinidamente, mas que se deve manter o desenvolvimento dentro dos limites da capacidade de carga. As políticas têm que ser formuladas de modo a assegurar uma proteção adequada da biodiversidade e a manutenção dos principais processos ecológicos e dos sistemas que suportam a vida. Para que se atinja a sustentabilidade no turismo, é indispensável a participação do Estado e a existência de planejamento. Lembrando que, não se pode conceber o turismo sem a participação de diversos setores da economia, pois praticamente todas as situações envolvem atividades turísticas há a presença do setor público e do setor privado.

3 INDICADORES TURÍSTICOS DO MUNICÍPIO DE ROSÁRIO

Neste capítulo será analisado o indicador turístico do município, tendo como ponto de partida a caracterização do município, observando seus aspectos históricos e culturais, sua infra-estrutura e suas potencialidades. Vale ressaltar que os dados aqui apresentados são resultados de pesquisa *in loco*.

3.1 Aspectos físicos e estruturais

Rosário é um município brasileiro do estado do Maranhão e está localizado na Mesorregião Norte Maranhense e na Microrregião Rosário. Em relação às coordenadas geográficas a cidade está situada a Latitude 02°56'04" sul e Longitude 44°14'06" oeste. A altitude da sede é de 14 metros, distando da capital do estado, aproximadamente 70 km. O município possui uma área territorial de 685 km², a população segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas - IBGE 2007 é de 37.920 habitantes. A regional de Rosário é composta de doze municípios e possui uma área territorial de 13.073,0 km² que equivale a 3,83% do estado do Maranhão. Limita-se com os municípios de Axixá, Presidente Juscelino, Bacabeira, São Luis e Santa Rita (IBGE, 2000). A Figura 1 mostra a sua localização no estado.



Figura 1 - Localização do município de Rosário no estado do Maranhão²

² Fonte: <http://webcarta.net/carta/mapa.php?id=6271&lg=pt> - Acesso em: 14/06/2008

O município de Rosário é uma das regiões mais próximas da capital maranhense, possui um vasto território que precisa ser melhor ordenado e explorado. Encontra-se geograficamente localizado a poucos quilômetros entre a capital do estado e várias outras cidades de grande potencial natural e histórico conforme o quadro em anexo (ANEXO I).

Para Beni (2001, p.54):

O tema desenvolvimento turístico em si exige cada vez mais um olhar, ao mesmo tempo atento, analítico e sistêmico, devido à complexidade de se compreender um fenômeno ainda pouco estudado e de tamanha importância na transformação do mundo contemporâneo considerando as áreas próximas como aliadas ao processo turístico de determinada região.

Assim, é preciso criar um ambiente favorável para que a comunidade residente e a visitante tenham acesso tanto ao local como a outros do entorno, maximizando o potencial do turismo em distribuir renda e gerar mobilidade social em vez de assistir apaticamente a uma re-colonização, parece ser uma questão ética que aponta a necessidade de estratégias mais eficazes.

Em seu livro, *Viagem e roteiros turísticos*, Bahl (2004) destaca que os meios de transportes e os roteiros turísticos são elementos essenciais para a estruturação de roteiros. Para o autor os meios de transporte interferem tanto no local de procedência dos turistas quanto nos locais de chegada e nos próprios meios existentes no núcleo receptor.

As rodovias que dão acesso para ao município são a BR MA 135 e a BR MA 402, que se encontram em bom estado de conservação. Os meios de transportes utilizados para se chegar à cidade são os mais diversos possíveis: ônibus da Empresa Cisne Branco Transporte e Turismo; van ou microônibus; e carros particulares fretados, cujos motoristas oferecem por um preço previamente acertado o serviço de deixar o passageiro em sua residência.

O acesso ao local turístico é um eixo bastante controverso, pois muitos atribuem a ele os problemas hoje enfrentados pelos municípios, considerando que na maioria das vezes sempre sofrem com problemas de vias de acesso, seja rodoviário ou aéreo. Para a cidade em questão, o acesso e os meios de transporte não são problemas, tendo em vista as boas condições das vias de acesso e as facilidades que o viajante encontra para se deslocar até a localidade, pois os meios de transporte oferecidos dispõem de serviços diários e uma frequência de horários

diversificados. É o que se pode observar se for analisada a tabela em anexo (ANEXO II).

Para o setor de turismo, a paisagem urbanística possui um importante papel para a localidade desde que: [...] não compareçam como simples objetos construídos, mas como estruturas organizadas que correspondem de modo variável aos requisitos impostos pela lógica do contexto mais amplo na qual se inserem. (YÁZIGI, 2002, p.86).

É de grande importância a preocupação com a paisagem urbana de uma localidade, mas o que geralmente ocorre são cidades que desenvolvem projetos de arquitetura e urbanismo sem um planejamento adequado, utilizando o território de maneira desigual.

Rosário possui aproximadamente vinte e quatro bairros, podem ser citados os seguintes: Argentina, Centro, Cidade Nova (Iraque), Cohab I, Cohab II, Conjunto da Vale, Corrente, Filipinho, Habitat Brasil, Irã, Japão, Jarí, Malvinas, Orquídeas (tulipas), Paraíso, Vila Bacurau, Vila Boa Esperança, Vila Itamar (Rabo da Gata), Vila Ivar Saldanha, Vila Pereira, Vila São Domingos, Vila Vitória (PESQUISA DIRETA, 2008). Os bairros citados acima possuem uma infra-estrutura precária, sendo que a maioria possui água encanada e energia elétrica. A maioria das ruas ainda não são asfaltadas ou se encontram em péssimo estado de conservação.

O município possui também vários povoados ainda pouco desenvolvidos, onde merecem destaque os seguintes povoados: Assentamento Bom Jesus, Boa Vista, Bom Tempo, Borges, Buenos Aires, Cajazal, Cocal (campo tabuá), Corapal, Curimatá de Baixo, Curimatá de Baixo, Huimatá de Cima Felipa, Flexeira, Fonte Grande, Frangalho, Huimatá de Cimalgaruçu, Itaipu, Itamirim, Juçaral dos Pretos, Lentel, Londres, Maitá, Mangueira, Maribal, Mato Grosso, Miranda, Mutum, Nambuaçu de Baixo, Nambuaçu de Cima, Olhos D'agua, Paissadú, Pirangí, Pode Ser, Prata/Três Cruzes, Projeto, Providência, Riachão, Riacho Seco, Rio de Janeiro, Salva Terra (banho Ponte Branca), Santa Luzia, São João do Rosário, São Miguel, São Simão, Sapoé, Sapucaia, Sapucaia dos Índios, Tingidor (PESQUISA DIRETA, 2008). O acesso para esses povoados se faz por estradas de piçarra, que se encontram em péssimo estado. Em alguns pontos é necessário que seja construída pontes de concreto, pois as existentes ainda são de madeira, muitas delas foram construídas por moradores. Existem povoados que durante o inverno ficam isolados,

pois além de buracos formados pela chuva, os igarapés invadem a estrada, tornando impossível o tráfego de veículos.

Ressalta-se que existem outros bairros e povoados não citados nesta pesquisa e que com o passar dos anos outras localidades irão surgir, haja vista que surgiram vários povoados e bairros ao longo dos últimos oito anos na cidade. É importante atentar para o crescimento destas habitações de forma a evitar o crescimento desordenado do município.

No relevo do município encontram-se os morros de Alcântara e Gurita, distantes respectivamente da sede municipal 3 e 10 km. O primeiro está situado a noroeste da estrada rural Cachoeira, Itamirim entre a primeira. Sua altitude é mais ou menos, de 150 metros (PESQUISA DIRETA, 2008). A hidrografia é formada pela Bacia do Itapecuru e do Rio Itapecuru. O clima do município em decorrência do Estado do Maranhão estar localizado na faixa de transição entre o clima equatorial e tropical, estando a porção Nordeste do Estado na faixa equatorial e o restante na zona tropical determina o clima do município de Rosário como tropical quente e semi-úmido da zona equatorial (<http://www.ma.gov.br/cidadao>).

O turismo envolve amplas relações intersetoriais sendo necessário identificar, organizar e articular a sua cadeia produtiva para fazer-se uma análise sistêmica. Este enfoque integrado colabora significativamente para o desenvolvimento de políticas administrativas e para o planejamento turístico considerando o seu espaço geográfico como produto turístico natural. Nesse sentido, Cruz (2001, p.73).

O espaço geográfico natural é o principal objeto de consumo do turismo e disso decorre uma das mais importantes especificidades da prática social do turismo: o consumidor-turista tem de se deslocar até o produto a ser consumido, o lugar turístico. Em função dessa característica, o turismo acaba por causar transformações, diretamente, a pelo menos três porções do espaço geográfico: sobre os pólos emissores de fluxos, os espaços de deslocamento e os núcleos receptores de turistas.

Dessa forma as cidades, enquanto também destinações turísticas, clamam pela manutenção das suas identidades naturais. É preciso controlar a ocupação territorial com a intenção de preservação e valorização do patrimônio turístico da cidade.

3.2 História do município

De acordo com Silva (1988) a história desta cidade iniciou com uma Fortaleza ou um marco deixado pelos franceses na foz do rio Itapecuru em 1594, quando estiveram no estado do Maranhão e permaneceram até 1615. De acordo com Silva (s/d), o povoamento de Rosário ocorreu por colonizadores portugueses iniciados no século XVII, a partir da criação do estado colonial do Maranhão em 1621. O início da sua criação aconteceu em São Miguel. Os portugueses costumavam explorar as terras em uma dessas expedições, subiram o rio Itapecuru e ancoraram na vila de São Miguel, onde havia uma aldeia de índios. Iniciaram então seus trabalhos incluindo o mercado de tráfico de escravos, na época a freguesia era chamada de Vera Cruz. Sua extensão era formada por 196 fazendas, 226 sítios, 333 agricultores e 27 comerciantes, além dos indivíduos brancos com 4.944 escravos de ambos os sexos.

Assim, em 24 de dezembro de 1716, por solicitação do Governador e Capitão-General Cristovão de Serra Freire, chegaram ordens régias de Lisboa criando a Freguesia de Nossa Senhora do Rosário, tendo como sede dessa povoação eclesiástica o templo que ali já existia. Elevada à categoria de Vila, através de Provisão Régia de 19 de abril de 1833, recebeu também essa distinção do governo da então Província do Maranhão pela Lei nº 3, de março de 1835. A Lei Provincial de nº 391 de 18 de julho de 1855 transformou a Vila, como comarca de Itapecuru que foi criada pela Lei Provincial nº 483 de 18 de junho de 1858. O município de Rosário foi criado pela Lei nº 654, de 6 de abril de 1914. Daí surgiu a extensão do terreno com 9 léguas edificando-se a cidade de Rosário. Com a construção da Estrada de Ferro, São Luis-Teresina, que foi inaugurada em 14 de março de 1921, o trecho São Luis - Rosário permitiu o escoamento da produção local para a capital, estimulando proveitoso intercâmbio comercial (SILVA, s/d).

A origem do nome de Rosário é fato de hipóteses: deduz-se inicialmente que devido às plantações que margeavam o rio, as flores destas formavam rosas sobre o rio. Daí a junção Rosa-Rio. Outras deduções seriam devidas Nossa Senhora do Rosário ser a padroeira da cidade (PESQUISA DIRETA, 2007).

3.3 Aspectos culturais

A cultura e a história de uma comunidade seja ela um país, um estado, uma cidade ou um grupo particular é marcada por manifestações sociais, políticas, artísticas e culturais expressadas desde a linguagem até o planejamento e organização do espaço urbano. Esse conjunto forma o patrimônio artístico e cultural de um povo o qual possui seu valor dentro do contexto que pertence ou pertenceu na construção histórica e no desenvolvimento da comunidade. Para Santos (2001, p.45):

A proteção da cultura e da natureza requer um grande esforço da sociedade como um todo. A preservação dessa riqueza permite que o mundo continue a apreciar e valorizar sabendo que o patrimônio de cada país pertence a todos os habitantes do planeta. Marcos históricos, centros culturais e áreas de natureza nos remetem ao nosso passado e nos servem como parte para o futuro.

Assim, o patrimônio cultural, considerado em toda a amplitude e complexidade, começa a se impor como um dos principais componentes no processo de planejamento e ordenação da dinâmica de crescimento das cidades e como um dos itens estratégicos na afirmação de identidades de grupos e comunidades, transcendendo a idéia fundadora da nacionalidade em um contexto de globalização.

Tradicionalmente, a religião do município em questão é a católica, que vem sendo praticada até os dias de hoje. Entretanto, Igrejas Evangélicas e o Culto Afro (tambor de mina, terecô, umbanda, candomblé) também são muito comuns na cidade. A principal igreja é a paróquia Nossa Senhora do Rosário, subordinada, eclesialmente à Arquidiocese de São Luís. Conta com 02 igrejas, sendo 01 matriz, 51 capelas públicas e 01 pároco. Há, ainda, a Paróquia de Lapa e Pia, com invocação de São Miguel Arcanjo, localizada no Povoado São Miguel. Três são os templos protestantes existentes na sede municipal: Igreja Batista e a Igreja Assembléia de Deus. A doutrina espírita, também, tem seu núcleo denominado Centro Espírita “Francisco de Assis” filiado a Federação Espírita Maranhense (PESQUISA DIRETA, 2007).

A maior festa religiosa do município de Rosário é a de Nossa Senhora do Rosário, padroeira da cidade, que se realiza na sede municipal em outubro, no último domingo, sendo bastante concorrida, pois afluem elementos não só da

redondeza e municípios vizinhos, como da capital. Consta geralmente, de ladainha, durante o mês sendo que nos últimos três dias, têm início os festejos externos, com barracas de sortes e brinquedos diversos. No último dia há missa solene, e procissão encerrando-se, assim as comemorações. Em agosto ocorre a festa de São Benedito, que acontece sempre no terceiro final de semana do mês (PESQUISA DIRETA, 2007).

Megale (2003, p.11) define folclore “como a ciência que estuda todas as manifestações do saber popular” ,ou seja, folclore é um gênero de cultura de origem popular, constituído pelos costumes, lendas, tradições e festas populares transmitidos por imitação e via oral de geração em geração.

Em Rosário existem grupos de dança e festividades como: bumba-meu-boi, tambor de crioula, tambor de mina, capoeira, dança portuguesa, quadrilha, que ainda são preservados e mostram a influência principalmente da cultura negra sobre esse povoado. O que realmente merece destaque na cidade é a qualidade das brincadeiras de bumba-meu-boi, a maioria de sotaque de orquestra que encantam por seu brilho e belas toadas, as noites juninas maranhenses.

De acordo com Reis (2001, p. 21):

O bumba-meu-boi é originário do ciclo econômico do gado no Brasil. Datado do século XVII, resultante das relações desiguais que existiu entre os escravos e os senhores nas casas grandes e senzalas, refletindo as condições sociais vividas tendo realmente este folguedo a tríplce miscigenação: brancos negros e índios.

O folclore maranhense conseguiu se perpetuar através dos tempos e hoje se manifesta, principalmente, no bumba-meu-boi e nos tambores de crioula e de mina. O bumba-meu-boi é um espetáculo de teatro, de dança e de música popular, um compromisso "sagrado" com o São João. Sua origem mistura-se aos “causos” e lendas do imaginário popular.

A cultura do Maranhão foi formada com uma contribuição de diversos povos, devido a esse motivo as festas populares possuem uma natureza própria, na qual se misturam as histórias mais diferentes e os costumes mais variados. De acordo com Megale (2003, p.64): “a origem das festas está no uso que se encontra em todos os grupos humanos, de dividir o tempo em fases distintas, havendo ritos especiais para marcar o dia que assinala a passagem de um período para o outro”.

A tradição mais precisamente é uma transmissão oral de lendas ou narrativas ou de valores espirituais de geração em geração. A crença de um povo, algo que é seguido conservadoramente e com respeito através das gerações. Tem-se por tradição no sentido amplo tudo aquilo que uma geração herda das suas precedentes e lega às seguintes. Os aspectos específicos da tradição devem ser vistos em seus contextos próprios: tradição cultural, tradição religiosa, tradição familiar e outras formas de perenizar conceitos, experiências e práticas entre as gerações. No caso de Rosário, merecem destaque as seguintes festas tradicionais: o carnaval e o micarroça.

O carnaval é do município de Rosário caracteriza-se principalmente pelo carnaval de rua. É nas ruas da cidade que a população festeja o carnaval atrás de trios elétricos e blocos. Os principais blocos da cidade são: “Os Traíras”, bloco fundado inicialmente por um grupo de pessoas que se reuniam para eleger entre eles o componente mais traíra do ano, tornou-se bloco de rua e atualmente arrasta uma multidão de pessoas. O bloco compõe suas músicas, obedecendo sempre o ritmo de marchinhas carnavalescas; “Grupo Raça rosariense”, que iniciou com apenas trinta integrantes, hoje faz um arrastão e é puxado por um trio elétrico onde são executadas músicas compostas por seus integrantes; O bloco “Crocodilos” surgiu da praça do Coqueiro e se caracteriza por optar pelo ritmo *axé-music* e tem por hino a música, “É o Bicho” do cantor Ricardo Chaves; entre estes tem-se ainda “Menino lindo”, “Os moscas de bar”; “Boca maldita”; “Curimatá”; “Três ritmos”; “Providência”; “Turma do mercado”; “Os enjoados”; “Caranguejo”; “Camaleão”; “Jenipapeiro”; “São Miguel”; “Cidade Nova”; “Afroregae”; entre outros. Merecem destaque também as escolas de samba existentes no município, que são: “Os Amigos do Samba”; “Guia do Samba” e “Mangueira”. (PESQUISA DIRETA, 2008). O carnaval rosariense contagia pela sua beleza e ritmo ímpar, onde os foliões têm o prazer de assistir e brincar o carnaval de rua dando passagem aos trios elétricos pelo circuito carnavalesco da cidade.

O micarroça acontece na quarta-feira de cinzas, surgindo da insaciável vontade de um grupo de amigos de continuar o carnaval. A história do “Bloco das Carroças” é que um grupo de amigos conhecidos por: Nato de Luba, Babão, Caumba, Joaquim Neto, Silo, Zé Luís, Luís do Rosário, Chico de Caboclo e Valdo Bergel, em frente ao Bar do Meio, após toda folia carnavalesca, exaustos e sem condições de andar pelas ruas da cidade, mas com vontade de continuar o carnaval,

alugaram uma carroça, colocaram bebidas em cima desta e acomodaram-se no restante do espaço e saíram pelas ruas da cidade cantando a viva voz, bebendo e tocando foguetes (PESQUISA DIRETA, 2008).

Nos anos seguintes outras carroças se juntaram ao grupo e atualmente o número de carroças foram multiplicadas, transformando uma simples brincadeira entre amigos em um evento cultural importante para a cidade de Rosário. Atualmente o Micarroça está na sua vigésima oitava edição e é coordenado por Alan Carvalho. É importante lembrar que o evento possui um cunho social, pois as carroças são decoradas e concorrem a prêmios, as camisas são trocadas por gêneros alimentícios e depois são distribuídas para entidades sociais ou para as comunidades carentes da cidade. Após o percurso pelas ruas e avenidas, carroças, trios e foliões deslocam-se para a o centro da rodoviária onde geralmente é montada toda uma estrutura com barracas e palco (PESQUISA DIRETA, 2008).

Em 2008, a apresentação cultural ficou no circuito do corredor da folia, próximo ao cemitério. É um importante lava-pratos carnavalesco, o maior da região, pois já teve destaque em vários jornais de âmbito nacional.

Podem-se destacar ainda o lava-pratos carnavalesco, Bis de Itamirim, que acontece no final de semana seguinte ao do carnaval. A folia acontece no povoado Itamirim e atrai centenas pessoas. O lava-pratos de São Simão acontece duas semanas após o carnaval. Ocorre na praça principal do Povoado de São Simão fazendo com que os foliões dançam e relembrem o carnaval ao som de um trio elétrico.

Como atrativos festivos, o município possui festas caracterizadas como festas juninas que animam todo o mês de junho à cidade. O arraial da cidade é armado na Av Padre Possidonio, Centro, C.S.U. (Centro Social Urbano). O município apesar de uma grande diversidade de brincadeiras e grupos folclóricos não possui uma estrutura bem definida para o evento.

O município de Rosário possui aproximadamente cinco brincadeiras de bumba-meu-boi sotaque de orquestra que se destacam no mercado. No município é realizada a tradicional festa de “batismo do boi” e a “morte do boi”, ocorre que a programação destes eventos necessita de um planejamento e uma melhor divulgação à altura das brincadeiras. Outro fator importante é que durante o período das festas juninas a maioria das brincadeiras efetuam contratos de apresentação em outras cidades do Maranhão e acabam não se apresentando na cidade durante as

festividades juninas, deixando muitas vezes para o arraial da cidade apenas o som das radiolas.

Em seu acervo cultural destacam-se artistas plásticos como: Antonio Vieira, Art Baya e Bandeira. Os artistas musicais Fran Gomes, Jorge Loton, Grupo da Terra, Delirius, Grupo Raízes, Nova Geração, Atlantic Som, e Tecno Music, fazem o som da cidade. Tem-se ainda Nicéas Drummond, compositor popular, e Capitão Nuna Gomes, Mestre do Choro.

3.4 Aspectos econômicos

O setor primário é o conjunto de atividades econômicas que produzem matérias-primas. Isto implica geralmente a transformação de recursos naturais em produtos primários. Muitos produtos do setor primário são considerados como matérias-primas levadas para outras indústrias, a fim de se transformarem em produtos industrializados. Segundo a nomenclatura econômica, o setor primário está dividido em seis atividades econômicas: a agricultura, a pecuária, o extrativismo vegetal, a caça, a pesca e a mineração (BOURDIN, 2001).

Nesse sentido, o autor ressalta que:

Dentro do cenário econômico observam-se diversas incertezas como a economia internacional afetada pelo preço do petróleo, pela taxa de juros americana; pela pressão chinesa. Isso faz com que haja um crescimento econômico mundial, porém de forma desigual. Estes fatores influenciam diretamente na volatilidade do câmbio, impactando à turistas estrangeiros, além de impactar na inflação e taxa de juros. Dentro do cenário nacional deve-se frisar que o Brasil cresce, porém de forma muito aquém que as expectativas e de países emergentes como Rússia e Índia (BOURDIN, 2001, p. 26).

Assim, o município de Rosário não está distante de problemas parecidos aos que afetam a ordem mundial e nacional. A produção agrícola de Rosário consiste de mandioca, arroz, milho e feijão. A produção extrativa vegetal é madeira, amêndoas de babaçu e carvão vegetal. Na pecuária tem-se a criação de aves, bovinos, suínos, bubalinos, eqüinos e caprinos. Sua produção animal consiste de ovos e leite (PERFIL DO MARANHÃO, 1991-1992).

O setor secundário é o setor da economia que transforma produtos naturais produzidos pelo setor primário em produtos de consumo, ou em máquinas industriais (produtos a serem utilizados por outros estabelecimentos do setor

secundário). Geralmente apresenta porcentagens bastante relevantes nas sociedades desenvolvidas. É nesse setor que se pode dizer que a matéria-prima é transformada em um produto manufaturado. A indústria e a construção civil são, portanto, atividades desse setor. Podem-se identificar as seguintes indústrias na cidade de Rosário: Cavan, cerâmicas, olarias e o pólo de confecção de Rosário. Já o setor terciário, no contexto da economia, envolve a comercialização de produtos em geral, e o oferecimento de serviços comerciais, pessoais ou comunitários, a terceiros (PESQUISA DIRETA, 2007).

3.5 Infra-estrutura básica

Muitos profissionais acreditam que melhorar um local significa promovê-lo, sendo que a promoção por si só não é capaz de ajudar uma localidade com problemas. A promoção de um local com problemas só ajuda seus compradores a descobrir logo de início, quão problemática a cidade de fato é. “Vender um local significa fazer com que ele satisfaça as necessidades de seus mercados-alvos” (KWASNIKA, 1995, p.106).

Assim, Beni (2001, p.128) destaca a importância da infra-estrutura para o desenvolvimento do turismo local.

É capaz de gerar uma economia mais forte às localidades onde sua prática se faz presente, além de valorização de produtos e serviços, auto-estima, emprego e renda às comunidades locais. Deve-se levar em consideração principalmente o acesso ao local destinado ao turismo.

Portanto, o termo infra-estrutura pode ser visto como um conjunto de elementos estruturais que enquadram e suportam toda uma estrutura. Estes elementos podem ser designados de infra-estruturas civis, infra-estruturas municipais ou obras públicas, lembrando que podem ser desenvolvidos e geridos tanto pelo setor privado como por empresas públicas.

O sistema de saúde que a população rosariense dispõe tem as seguintes opções de serviços: a Unidade Mista de Rosário que atende a população local, o Hospital Municipal situado a Rua Eurico Macedo s/n, Centro com 26 leitos, 01 sala de cirurgia, 01 sala de parto, 01 sala de pré-parto com 04 leitos e uma ambulância; e a Clínica Nossa Senhora do Rosário, localizada na Av. Vitorino Freire, Centro que é

uma clinica particular. O município possui alguns postos de saúde que estão localizados na sede e nos povoados. Rosário conta com aproximadamente oito farmácias, que ficam abertas durante o horário comercial. Entre estas se tem: Drogaria Jardim; Drogamil; Farmácia Tezinha de Jesus que realiza exames através do Laboratório Muniz; Drogaria Betel; Drogaria Saúde; Drogaria Antares; Farmácia Santana; Farmácia Santa Luzia. Existe também o laboratório Pró-Vida (PESQUISA DIRETA, 2007).

A cidade conta com apenas uma ambulância que pertencente à prefeitura. Não possui nenhuma Brigada do Corpo de Bombeiro Militar. Em caso de acidente automobilístico na BR o resgate é feito por ambulâncias oriundas de São Luís (Posto da Polícia Rodoviária Federal, SEMUS/São Luís); ambulância municipal (geralmente não está devidamente equipada) e até mesmo por pessoas da comunidade que na maioria das vezes desconhecem as noções básicas de primeiros socorros.

O sociólogo Émile Durkheim (1978, p.41) define a educação da seguinte maneira:

A educação é a ação exercida, pelas gerações adultas, sobre as gerações que ainda não se encontram preparadas para a vida social; tem por objeto suscitar e desenvolver, na criança, certo número de estados físicos, intelectuais e morais, reclamados pela sociedade política, no seu conjunto, e pelo meio especial a que a criança, particularmente, se define.

Entende-se que a educação acompanha o ser humano durante a vida toda. Entretanto é na infância que o processo educativo se torna mais intenso, proporcionando ao indivíduo os instrumentais físico, intelectual, emocional e social de que precisa para tornar-se um ser social. A escola é a agência especializada na educação das novas gerações.

O sistema de educação da cidade de Rosário é composto por: treze escolas estaduais, sendo que, nove estão situadas na zona urbana e quatro na zona rural; cinquenta e três escolas municipais, sendo que, quinze, estão situadas na zona urbana e trinta e oito na zona rural; e três escolas particulares localizadas na zona urbana (PESQUISA DIRETA, 2007). Observa-se que o município possui um bom número de escolas, necessitando apenas melhorar a qualidade de ensino e projetos na área educacional. Para melhor compreensão as escolas estão descritas por ordem de localização (ANEXO III).

A infra-estrutura é um elemento básico de grande relevância para uma localidade, pois proporciona ou tira o valor das atrações turísticas de uma cidade. Kotler, Haider e Rein (1995, p.115) afirmam que “Toda comunidade deve oferecer um padrão básico de serviços para que seja possível atrair e manter pessoas, negócios e visitantes”. Portanto uma comunidade para manter a qualidade de vida e prosperar economicamente, necessita que sua infra-estrutura seja desenvolvida e mantida, além do mais uma boa infra-estrutura é considerada como uma importante ferramenta estratégica para o desenvolvimento e o suporte do turismo.

A Companhia Energética do Maranhão - CEMAR é a empresa que distribui energia elétrica para o município, o sistema da CEMAR é composto por 10 regionais que englobam todo o estado do maranhão, sendo que Rosário encontra-se no Sistema Regional Miranda. O Serviço Autônomo de Água e Esgoto (SAAE) é o órgão responsável pelo abastecimento de água. O município dispõe dos serviços de telefonia com alguns postos públicos, principalmente localizados no centro da cidade. Na zona urbana existem alguns telefones públicos sendo que a maioria geralmente encontra-se com defeito e a zona rural é equipada com um número reduzido de telefones públicos, mas nem todos estão em perfeitas condições de uso. A empresa de telecomunicações que atende o município é a Telemar Oi Norte Leste SA. Em relação à telefonia móvel a cidade conta com as seguintes operadoras de celular: Tim; Amazônia Celular e Vivo. A cidade não possui canais de televisão e atualmente existem duas rádios: a Rádio Vera Cruz e o Sistema Rosariense de Comunicação. A *internet* é feita via rádio e discada.

A limpeza da cidade foi terceirizada pela prefeitura, onde a coleta de lixo é feita por duas caçambas que coletam o lixo nas segundas, quartas e sextas feiras. O lixo é depositado em um lixão que fica próximo ao povoado Buenos Aires. As vias urbanas se encontram em péssimo estado de conservação, sendo que, a maioria, ainda não são asfaltadas. As vias rurais também possuem um precário estado de conservação, as estradas de acesso para os povoados ainda não são asfaltadas (estradas vicinais). A sinalização da cidade foi feita recentemente e ainda está em fase inicial. A cidade conta com agentes de trânsitos municipais para orientação do trânsito nos principais cruzamentos da cidade. O transito encontra-se devidamente organizado, sendo que ainda é um pouco confuso, principalmente nas proximidades da rodoviária. O que ocorre é que a cidade é passagem obrigatória para várias outras cidades e a rodoviária está localizada na parte central da cidade. Atualmente

está sendo construída uma nova rodoviária para a cidade, situada distante do centro, o que está gerando polêmica entre os moradores, a dúvida é se vai piorar ou melhorar o tráfego dentro cidade. O que se observa é que em alguns pontos já poderiam existir semáforos para a orientação dos motoristas e pedestres.

O município tem em sua infra-estrutura de segurança uma Delegacia de Polícia Civil, a 7ª Cia. Independente de Polícia Militar do Maranhão e a Guarda Municipal de Rosário. Foi constatada a inexistência de tropa de choque militar na cidade e de Postos do Batalhão Florestal, órgão este de grande importância para a cidade, pois a mesma é rica em recursos naturais, que precisam ser devidamente fiscalizados e preservados.

A cidade conta com vários órgãos públicos, tanto na esfera federal, quanto estadual e municipal. Na esfera federal podem ser citados os seguintes órgãos: Correios e Telégrafos, onde os serviços prestados à comunidade em geral são postagem de cartas, pagamentos de benefícios e recebimentos de contas, funcionando como um micro posto bancário; e a Caixa Econômica Federal. Na esfera estadual destacam-se: o Fórum; a Delegacia de Polícia Civil; o Quartel da Polícia Militar, a 7ª Cia. Independente de Polícia Militar do Maranhão; e a Agência Estadual de Defesa Agropecuária do Maranhão. Os órgãos públicos municipais existentes na cidade são: a Prefeitura, que está dividida em oito secretarias: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos, Secretaria Municipal da Educação, Secretaria Municipal da Assistência Social, Secretaria Municipal da Saúde, Secretaria Municipal de Infra-estrutura, Secretaria Municipal da Agricultura, Secretaria Municipal da Cultura e Turismo, Secretaria Municipal de Desporto e Lazer; Câmara Municipal de Rosário; o Conselho Tutelar, que é um órgão público municipal de relevante importância na fiscalização dos direitos previstos no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Podem ser citadas também outras organizações na cidade como, por exemplo: Associação dos Pequenos Produtores Rurais de Rosário; Fundação de Assistência à Carência Social - FACS; Associação de Moradores; Associação de Classe Sociais; e Cooperativas (PESQUISA DIRETA, 2007).

A infra-estrutura é um dos elementos básicos para o desenvolvimento de uma localidade, pois nem a imagem nem as atrações turísticas podem dar a resposta completa ao desenvolvimento de um local. Um bom exemplo de infra-estrutura é quando as cidades fornecem energia e água potável suficiente e barata a

seus cidadãos e empresas, as escolas dispõem de uma educação de qualidade, o sistema de saúde é satisfatório para atender a população, quando as pessoas sentem-se seguras nas suas residências e ao sair pelas ruas, quando existem espaços recreativos e desportivos para o lazer da comunidade, entre vários outros exemplos.

3.6 Infra-estrutura turística

Ávila (2000) destaca que o turismo, como atividade socioeconômica, reflete todo o processo de globalização que vem incidindo no mundo pós-moderno. A crescente complexidade do fenômeno globalização tornou-se um impulso no processo de desenvolvimento do turismo. Novas estruturas exponenciais permitiram esta conexão: o sistema mundial interligado, o desenvolvimento sem precedentes da tecnologia da comunicação e dos meios de transportes, e ainda, o desenvolvimento de uma nova política internacional.

Para Beni (2001, p.132) delimitar e estruturar áreas de interesse para desenvolvimento do turismo com o mínimo impacto ambiental e promover capacitação e qualificação visando a sustentabilidade do município poderá ser viável desde que:

Se promova e divulgue o turismo no município em nível regional, estadual, nacional e até internacional. Dar visibilidade e atrair visitantes / consumidores para as áreas verdes locais; Produzir eventos que atraiam público consumidor para tais áreas; Divulgar o turismo local no município, promovendo cursos, palestras e eventos nos pontos turísticos, para a população local e os demais interessados, sensibilizando-os sobre o potencial do turismo no município; Catalogar os trabalhos diferenciais existentes no município e inseri-los em materiais de divulgação; Divulgar as ações/empreendimentos de sucesso aos potenciais investidores; Elaborar do folder turístico do município, distribuir e divulgar; Construir uma imagem de turismo sustentável do município; Realçar os atrativos naturais, culturais, a diversidade ambiental e a posição geográfica (incluindo divulgação dos atrativos e sensibilização da população); Trabalhar a imprensa no sentido de valorizar as potencialidades e imagens positivas do município; Desenvolver e fixar uma marca para o turismo do município; Realizar e participar de eventos com a finalidade de divulgar os atrativos do município, na mídia estadual, nacional e internacional, operadoras e potenciais investidores; Implantar e implementar pontos de informações turísticas nos principais acessos ao município; Criar parcerias com o setor privado na divulgação do turismo local.

Assim, a infra-estrutura turística está resumida em equipamentos e serviços de fundamental importância à atividade turística, para que o turista possa desfrutar dos atrativos turísticos. Os equipamentos que fazem parte dos serviços turísticos basicamente são: meios de hospedagem, alimentação, agenciamento, transporte, locação de veículos e equipamentos, eventos, espaço para eventos, entretenimentos, informações turísticas, passeios, comércio turístico, entre outros.

No que se refere aos serviços de infra-estrutura turística, a cidade conta com um serviço razoável, mas que ainda deixa a desejar em vários aspectos.

Tendo em vista que é grande o número de pessoas que passam diariamente pela cidade, o terminal rodoviário de Rosário possui um atendimento precário considerando principalmente suas instalações. A rodoviária da cidade conta com 04 plataformas, 09 boxes, 01 sala pequena que serve como escritório para administração e dois banheiros. Nos boxes são oferecidos serviços de Restaurante como o do Senhor Zico Mandi; lanchonete, loja de conveniência como o da Senhora Teresa; venda de presentes e guichê de venda de passagens. Observa-se, entretanto que ainda não é explorada a venda de artesanato local (PESQUISA DIRETA, 2007).

Os serviços oferecidos para os turistas deixam a desejar principalmente por falta de estrutura da rodoviária e pela falta de imaginação dos comerciantes que ali exercem suas atividades. Na cidade não existe transporte coletivo urbano municipal, por esse motivo o serviço de moto táxi é expressivo no município. No que se refere aos automóveis, pode-se notar vários os carros que exercem o serviço de táxi (a grande maioria faz linha para outros municípios), sendo que, maioria não é de aluguel, mas particulares. A cidade dispõe de 03 postos de gasolina, não existindo, porém o sistema de postos 24h, o que significa que depois das 22h e até às 6h é impossível abastecer veículos na cidade. Possui ainda aproximadamente sete oficinas mecânicas para automóveis.

Em referência ao atendimento bancário, existem na cidade agências do Banco do Brasil, Bradesco e as Casas Lotéricas, sendo que os caixas eletrônicos só funcionam até às 21h.

Ascanio (2003, p.60) define hotel da seguinte maneira: “o hotel é uma empresa comercial que vende ao visitante, bens e serviços, como quartos, alimentos, bebidas e outros serviços menores, e que isso é o que dá origem à contabilidade departamentalizada do hotel para fins de controle”.

A empresa hoteleira é um dos elementos essenciais da infra-estrutura turística, pois se constitui em um dos suportes básicos para o desenvolvimento do turismo em uma localidade. É de grande importância que os hotéis satisfaçam as exigências dos turistas, tanto no que se refere à qualidade dos serviços quanto ao conforto.

Podem ser destacados os seguintes estabelecimentos hoteleiros existentes na cidade: O hotel Luba's, que possui vinte e três apartamentos com garagem e oferece café da manhã para os hóspedes, mas não possui serviço de restaurante, trata-se de um dos melhores hotéis da cidade em termo de conforto e segurança; Hotel Soraya que está localizado no centro da cidade, não possui garagem, mas tem serviço de restaurante; Hotel Bezerra que oferece café da manhã e possui doze apartamentos com ventilador; Hotel Tia Maria I oferece café da manhã e possui treze apartamentos, não oferece serviço de restaurante, mas é um dos melhores hotéis da cidade, com área de lazer com piscina e vista para o rio Itapecurú; Hotel Tia Maria II possui sete apartamentos todos equipados com aparelho de ar condicionado; Hotel Lima que possui quatorze apartamentos e oferece serviço de restaurante; Hotel Du Carlos que possui 04 apartamentos, sendo que dois são de casal e dois de solteiro. Os apartamentos são todos no segundo andar e no térreo funciona o restaurante do Carlus. Em relação aos motéis existentes na cidade, pode-se citar: Dois Amores, Amarelinho, Nelita e Papilon (PESQUISA DIRETA, 2007).

A cidade dispõe de um número razoável de estabelecimentos hoteleiros, em relação à estrutura destes hotéis pode-se dizer que atente ao padrão básico de conforto. As sugestões deixadas aqui são para que esses empreendimentos diversifiquem seus serviços, como por exemplo, alguns hotéis não oferecem serviço de restaurante, o que é considerado como básico em um hotel, a outra sugestão seria melhorar o atendimento ao cliente, pois não se deve esquecer que as pessoas que trabalham em um hotel são vendedoras e estão ali para servir com eficiência, elegância e prudência.

A alimentação tem um papel fundamental na vida e na evolução humana. Fagliari (2005, p. 8-9) afirma que:

A alimentação tem um papel importante nas viagens, tanto como oferta técnica como atrativo turístico. É necessário que os profissionais envolvidos nessa área compreendam as relações existentes entre esses elementos, pois só assim é possível utilizá-los de maneira correta.

Para o autor o serviço de alimentação e o turismo caminham lado a lado. A alimentação é um elemento fundamental da experiência turística, pois satisfaz tanto as necessidades biológicas dos turistas quanto pode ser visto, por ele, como um atrativo. Portanto, torna-se importante que os profissionais dessa área entendam as relações existentes entre alimentação e turismo, pois o desenvolvimento de tais atrativos gera inúmeros benefícios tanto para a comunidade receptora quanto para órgãos públicos e privados. Portanto, o município aqui em questão divide da seguinte maneira o serviço de alimentação:

O mercado público da cidade está situado na Rua Carlito Câmara Lima, e o matadouro público encontra-se localizado na Av. Padre Possidonio s/n, Centro. A cidade conta ainda com cerca de três supermercados de médio porte (New Importado, Cerealista Popular e Armazém União), aproximadamente sete panificadoras e uma feira livre que acontece todas as terças feiras (PESQUISA DIRETA, 2007).

Entre as lanchonetes e bares da cidade destacam-se: Drink's Bar que oferece serviços de bar, lanchonete, jogos eletrônicos e possui uma pequena lojinha de conveniência; Bar da Dija que oferece serviços de bar e possui mesas de sinuca, trata-se de uma construção antiga (estilo casarão) com vista para o Rio Itapecurú e para a Praça da Matriz da cidade.

A cidade possui uma grande variedade no que diz respeito a restaurante com serviço *self-service*. Restaurantes com serviço *a la carte* ainda são poucos, apenas o Restaurante Maré Mansa com um cardápio pouco variado e o Restaurante do Pretão que oferece como prato principal e único, galinha caipira. Quanto aos restaurantes *self service* tem-se: 20V; Restaurante du Carlus; Restaurante da Fátima; e Churrascaria Bar do Meio. Merecem destaque também, o restaurante, Maré Mansa, oferece serviço *a la carte* com um cardápio principalmente a base de marisco, com vista privilegiada para o Rio Itapecuru (fica a margem do rio) e o restaurante do Pretão, que fica no povoado Lentel cuja especialidade da casa é galinha caipira (PESQUISA DIRETA, 2007).

Rosário possui uma variedade culinária muito grande, tanto em termos de diferentes cozinhas quanto de produtos. Entretanto, a gastronomia local ainda não é explorada, os atrativos gastronômicos precisam ser trabalhados de acordo com o contexto que está inserido, pois é preciso atender às preferências dos turistas e manter a autenticidade dos elementos culturais.

O setor de eventos é considerado como um dos mais dinâmicos para movimentar a economia e os desdobramentos sociais e culturais. Na concepção de Bahl (2004, p.15): “verifica-se que boa parcela da população se envolve diretamente com a atividade, principalmente na sua fase de execução, além de que, outros profissionais também acabam por se beneficiar”.

Para uma cidade é muito importante a capacitação de eventos, pois estes abrangem uma variedade de possibilidades para a formação de produtos turísticos e para a promoção e resgate de atividades sociais de uma localidade, lembrando que a infra-estrutura funciona como elemento facilitador neste processo.

As casas noturnas que se pode encontrar na cidade são: Clube Adrenalina onde geralmente o estilo musical das festas que são realizadas aos sábados é musica eletrônica, *funk*, *tecno*, entre outras; Beira Rio, cujo clube fica à beira do rio Itapecuru, onde os estilos musicais são os mais variados possíveis e geralmente as festas são realizadas aos sábados, o local também é alugado para realização de eventos; Skina Box, nesta casa noturna predomina o Reggae, as festas geralmente são realizadas durante o final de semana e feriados; Palhoça, a casa geralmente realiza festas de *reggae* e shows.

A cidade é carente de diversão noturna e as casas que oferecem tal diversão ainda deixam muito a desejar em vários aspectos como, por exemplo, criatividade, organização e segurança. Podem ser citados os seguintes espaços para eventos de grande porte: Espaço Brahma; Bão de +, cujo clube é espaçoso e onde podem ser realizados *shows* para um bom número de pessoas; Clube Batistão, que é o mais famoso clube de *reggae* de Rosário, tratando-se de um local amplo e bem estruturado; Clube Palhoça (Rua Câmara Lima) e o Bar da Cecé (PESQUISA DIRETA, 2007).

Para prática de esportes existem basicamente dois ginásios: um localizado na sede chamado de ginásio Ferreirinha e outro localizado no povoado de São Simão, sendo importante destacar o Complexo esportivo da Bacural que possui em sua estrutura duas piscinas, um ginásio e uma quadra. A cidade conta com vários

campos de futebol e um estádio de futebol, o Serejão. Não existem parques no município, que conta com cerca de cinco praças: Praça João Mamede Pires, Praça da Bíblia, Praça da Estação, Brinco da Praça e Praça da Matriz. Existe apenas um clube a AABB na cidade. Sente-se falta no município de locais para prática de atividades culturais como, por exemplo: cinema, teatro e museu.

O comércio da cidade é basicamente desenvolvido na Rua Heráclito Nina e suas transversais. Podem-se encontrar os mais variados estabelecimentos comerciais como lojas de material de construção, de móveis e eletrodomésticos (Paraíba, Rosário Móveis, Moriar, Lojas Natalia, Inular, Bazolão, Litoral Móveis, Capital Móveis, Conforto Móveis) e lojas de roupas como: Lojão Central, Patanal). Podem ser indicadas as seguintes lojinhas de artesanato: Casa do Artesanato, Casa do Artesão, e Oca loca. De um ponto de vista geral a cidade tem um sistema de estabelecimentos comerciais que precisa ser melhorado. Observa-se que os produtos oferecidos são de pouca variedade além de possuírem um preço acima do mercado, fazendo com que maior parte da população prefira ir até São Luis para fazer compras (PESQUISA DIRETA, 2007).

3.7 Atrações turísticas

Até pouco tempo atrás o lazer era considerado como uma simples forma de diversão, atualmente vem adquirindo maior relevância pela comprovação de sua importância para o equilíbrio psicossocial. O município de Rosário apresenta alguns locais que podem ser destinados ao lazer, onde o turismo é facilitado pelas condições de acesso, além dos atrativos naturais e culturais, pois possui uma potencialidade turística bem atraente por conta do artesanato local (cerâmica), monumentos históricos e belezas naturais.

O turismo por ser considerado como uma prática social, possuindo uma forte determinação cultural. Para Cruz (2001) é de grande importância reconhecer que os lugares turísticos são inventados culturalmente, ou seja, a cultura varia de geração para geração, o que é considerado atrativo hoje não era no passado e talvez nem no futuro, assim como o que é atrativo para algumas pessoas pode não ser para outras. A busca do exótico e daquilo que diferencia o cotidiano do turista é uma das principais motivações das viagens.

Seguindo a mesma linha de pensamento Pires (2001, p.66) expõe que: “quem viaja não quer fazer apenas uma coisa, porém várias, quantas lhe propiciem o tempo disponível e as facilidades. Tanto mais isso é verdade quanto mais o mundo de hoje valoriza o lazer”.

Durante a semana, o tipo de turismo desenvolvido em Rosário é o turismo de negócios. Isso se deve ao fato de que a cidade além de ser passagem obrigatória, é sede da regional e por ser um dos interiores mais próximos da capital, muitas pessoas que residem em São Luis, trabalham nos mais variados ramos de atividade como, por exemplo, comércio, educação, saúde e segurança. Assim, a cidade deve estruturar e divulgar seus atrativos para chamar atenção das pessoas que freqüentemente vão à localidade para passarem finais de semana na cidade. Portanto, o município precisa diversificar seus atrativos turísticos e assumir a postura de uma cidade bem estruturada, oferecendo infra-estrutura e desenvolvimento para atender tanto a população local e vizinha quanto os turistas.

O investimento na revitalização dos atrativos e a criação de uma infra-estrutura mínima de atendimento possivelmente irão atrair visitantes, o que irá gerar mercado de trabalho para a população.

A atividade turística representa importante fonte de geração de renda, empregos e divisas para os países, estados e municípios. Por isso, a promoção de produtos turísticos naturais e artificiais tem sido freqüentemente apontada como uma “saída estratégica” para o desenvolvimento, sendo incentivado pelos governos, desejado pelos empresários, procurado pelos consumidores e transformado em idéia de “salvação da Pátria” para os núcleos receptores, sobretudo os economicamente deprimidos (PORTUGUEZ, 2002). Entretanto, o tema é pouco discutido de maneira científica, devendo-se ter cuidado com proposições equivocadas e sem embasamento técnico. Dessa forma, Lage; Milone (2000, p.112) enfatizam que:

Diante da enorme potencialidade do turismo em gerar riqueza contrapõe-se uma série de impactos negativos que podem surgir com o seu crescimento. O turismo não deve ser visto como uma alternativa milagrosa com resultados econômicos de curto prazo. Às vezes, o desenvolvimento da atividade de produtos turísticos artificiais pode ter resultados catastróficos nas localidades receptoras, decorrentes da ausência ou de um mau planejamento turístico.

Com esta afirmação o autor faz uma reflexão sobre o turismo, a natureza e a cultura, pois estes elementos estão intimamente associados. Os deslocamentos turísticos têm por base os atrativos, assim como a coordenação da oferta das localidades, que devem estar alicerçadas nos aspectos que atuem como caracterizadores das mesmas. Antes de promover a localidade e criar condições de propiciar o desenvolvimento do turismo é necessário estabelecer ações de planejamento, ordenação e coordenação do turismo e da cultura, a fim de envolver a comunidade receptora nas decisões. Essas medidas são necessárias para evitar a perda de identidade cultural, que é um fator que precisa ser dimensionado e corrigido através de políticas de incentivo, estímulo, inserção comunitária e promoção da cultura de um local, independentemente de ser influenciada pelo turismo.

Entre as suas atrações turísticas culturais tem-se no município a arquitetura religiosa, ou seja, a Igreja da Matriz da cidade, tida como ponto de referência da cidade. Existem também duas ruínas interessantes: as ruínas da Estação que hoje está sendo exposta à ação do tempo; e as ruínas do Forte do Calvário que se encontra em pior estado de conservação. Em relação aos atrativos naturais, Rosário possui o Rio Itapecurú, a Cachoeira de Vera Cruz e uma zona rural surpreendente, repleta de igarapés, propícia para realização do turismo ecológico.

O município de Rosário possui um rico patrimônio cultural e natural, além de uma localização privilegiada, pois se encontra localizado geograficamente entre a capital do estado e a cidade de Morros que possui um turismo de massa elevado; é a terceira cidade mais antiga do Maranhão, Icatú, onde está localizado o Forte Santa Maria e o Pólo dos lençóis maranhense, que tem como principais municípios Barreirinhas, Santo Amaro, Primeira Cruz e Humberto de Campos.

Nesse contexto, vender um local com êxito, ocorre quando os cidadãos e as empresas ficam satisfeitos com suas comunidades e as expectativas dos visitantes e investidores são atendidas. Uma cidade pode realizar vários investimentos para melhorar sua habitabilidade, investibilidade e visitabilidade. Pode-se dizer que este é um processo formado por quatro elementos básicos: projeto abrangendo a atratividade que desenvolva as qualidades estéticas e valores do local; desenvolvimento e gerenciamento de uma infra-estrutura básica que promova para as pessoas e os produtos de maneira compatível com o ambiente natural; fornecimento de serviços básicos de qualidade que satisfaçam as necessidades

empresariais e do público e variedade de atrações para seus moradores e para visitantes.

Essas estratégias básicas são encaradas como o alicerce para as estratégias competitivas. Significa dizer que para a melhoria de uma localidade é necessário atentar para essas estratégias básicas que são requisitos de preparação do cenário para esforços que visam competir por vantagens econômicas.

4 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO A PARTIR DA PESQUISA DE CAMPO

4.1 Metodologia

Neste capítulo aponta-se o percurso metodológico, descrevendo o fenômeno turístico e aspectos de sua gestão no município estudado, bem como, fomenta discussões com aporte de referenciais teóricos sobre o diagnóstico.

4.1.1 Tipo de pesquisa

O trabalho monográfico será desenvolvido a partir de pesquisa qualitativa que de acordo com Minayo (1992, p.75):

[...] podemos apontar três finalidades para essa etapa: estabelecer uma compreensão dos dados coletados, confirmar ou não os pressupostos da pesquisa e / ou responder as questões formuladas, e ampliar o conhecimento sobre o assunto pesquisado, articulando-o ao contexto cultural da qual faz parte.

Nesse sentido, este trabalho desenvolveu-se a partir de pesquisa bibliográfica através de livros, periódicos entre outros, além de pesquisa de campo, caracterizada pelo estudo de caso acerca das concepções e análise de posicionamento da gestão pública do turismo no município de Rosário – MA.

4.1.2 Universo e amostra

O universo constitui-se da população do município de Rosário - MA num total de 37.920 habitantes. Foi selecionada uma amostra de 100 (cem) participantes distribuídos entre 50 (cinquenta) moradores e 50 (cinquenta) visitantes, escolhidos aleatoriamente, que se dispuseram em participar voluntariamente da pesquisa e para os quais foi explicado que o objetivo é somente para fins de elaboração deste trabalho monográfico. O método utilizado foi o não-probabilístico.

4.1.3 Instrumentos de coleta de dados

Através de um diagnóstico construído a partir de uma metodologia estratégico/participativa, que teve por objetivo produzir um material que efetivamente refletisse a realidade turística da região e as opiniões da comunidade local, buscando socializar informações para facilitar a estruturação de estratégias que sugiram novas perspectivas de crescimento para a localidade.

4.1.4 Análise e interpretação de dados

A análise e interpretação dos dados tiveram como base o referencial teórico contido na bibliografia escolhida, o qual foi tomado como base para o desenvolvimento do estudo de caso. A análise se deu mediante a visualização da realidade de Rosário. Após a aplicação dos questionários os dados foram analisados e tabulados em forma de gráficos.

4.2 Caracterização da pesquisa de opinião pública realizada junto à comunidade de Rosário / MA

Todo processo de planejamento e/ou reestruturação de um destino turístico deve iniciar-se com um diagnóstico, pois antes de resolver um problema é necessário identificar as características que o envolvem e a importância das mesmas. Para um adequado diagnóstico de um destino turístico, como destacado anteriormente, início do processo de planejamento do mesmo, é necessária participação de todos os atores sociais envolvidos na atividade turística, sempre considerando o conceito que todos devem partilhar os benefícios e responsabilidades.

Foram elaborados 50 questionários (APÊNDICE A), distribuídos da seguinte maneira: 50% dos questionários foram aplicados na zona urbana e os outros 50% na zona rural. No perímetro urbano e na zona rural, foi utilizado, a metodologia de amostragem. Os gráficos a seguir estão relacionados com os questionários aplicados no município, junto à comunidade, para saber o que pensam da cidade e o nível de conhecimento que eles possuem sobre a cidade e o fenômeno turístico, e o que esperam destes.

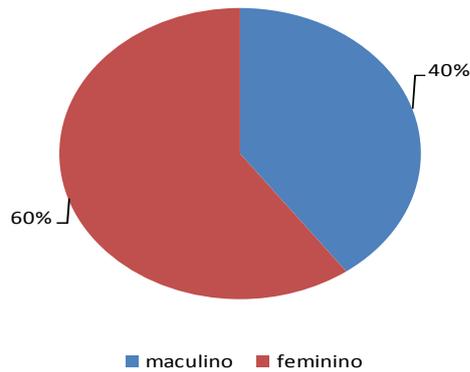


Gráfico 01. Distribuição da população pesquisada de acordo com o gênero. Rosário-MA, 2008.

O número de habitantes entrevistados do sexo masculino corresponde a 40% de representatividade, e do sexo feminino corresponde a 60%. Os dados coletados pelo Censo 2000 com divisão territorial 2001 do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - indicam que existem mais mulheres do que homens no município, onde as mulheres residentes são no total de 12.812 habitantes e o número de homens residentes é de 12.490 habitantes. A dimensão do gráfico representada por indicadores aponta que prevalece o número de mulheres em relação ao número de homens.

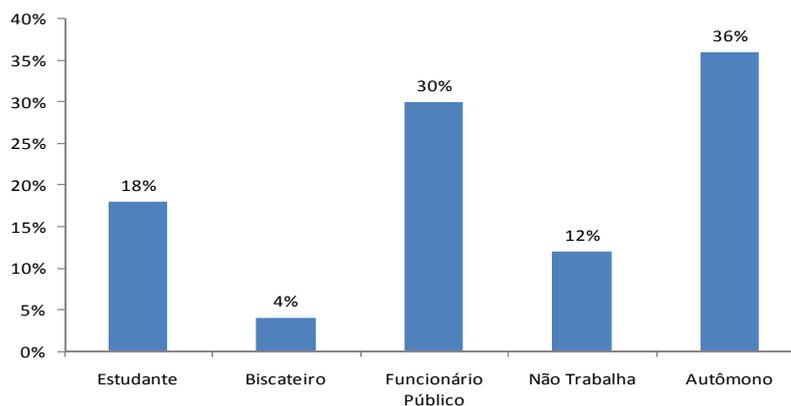


Gráfico 02. Distribuição da população pesquisada de acordo com a ocupação. Rosário – MA, 2008.

A principal ocupação das pessoas entrevistadas é de autônomo com 36%. Observa-se que neste item o motivo da população ser autônoma se deve ao fato de que muitas pessoas optaram pela lavoura, pesca, comércio e etc. O funcionalismo

público aparece em seguida com 30%. O item dos estudantes tem 18% de representatividade. As pessoas que não trabalham ou que vivem da ajuda do Governo através de programas assistenciais representa 12%. E as pessoas que sobrevivem de bicos são de 4%. Para entender um pouco mais sobre o que significa o trabalho dentro de uma sociedade destaca-se o pensamento de Shapiro (1982, p.444):

Em toda sociedade o trabalho é dividido. Cada um tira vantagens do trabalho realizado por outros, que ele próprio não pode executar, mas em compensação cada um serve aos demais realizando coisas úteis que não são feitas por eles.

Portanto, cada indivíduo desempenha um papel na sociedade e cada trabalho possui a sua devida importância para a construção de localidade. Krippendorf (2001, p.104) acrescenta ainda que:

[..] o trabalho é necessário para assegurar a existência material. Faz com que se ganhe dinheiro, implica esforços, mas também oferece um meio de expansão das próprias forças e capacidades humanas de forma útil, de criatividade, enriquecimento da existência social de alargamento dos horizontes. A confiança em si, a estima, o orgulho, o desabrochar pessoal, os objetivos e a satisfação existenciais estão estreitamente ligados ao trabalho.

Fica evidenciado então que a primeira coisa que afeta no desempregado é a auto-estima, e em consequência sua própria identidade. A pessoa sem trabalho pensa que é inútil e acaba interpretando a situação de desemprego somente como algo particular, não conseguindo ter uma dimensão de que o problema trata de uma questão social que atinge milhares pessoas. No entanto, o número daqueles que não conseguem emprego cresce a cada dia que passa, não é preciso ler nos jornais que o quadro vem se agravando, basta caminhar pelas ruas para constatar esse fato. Portanto, cabe à iniciativa pública travar uma guerra, com o objetivo de combater as causas do desemprego e planejar alternativas para derrotá-lo, pois não pode haver hesitação na aplicação de todas as políticas públicas que possam reduzir a desigualdade social. Uma das maiores barreiras é a falta de criatividade política (no governo, nas empresas e na própria universidade) para desenvolver e aproveitar o potencial de criatividade técnica e cultural de que cada cidade dispõe. Mas não é só o governo que é responsável, a sociedade também tem que contribuir para encontrar uma solução para o desemprego. A falta de emprego afeta a

localidade gravemente, verifica-se que nos locais onde as taxas de desemprego são maiores, os problemas sociais também aumentam, trazendo graves conseqüências para a sociedade como a violência e a criminalidade. Talvez a solução seja a educação e a qualificação profissional. Portanto, deve-se ter como prioridade a procura de caminhos para impor aos governantes a execução de programas de desenvolvimento que resultem em geração de empregos.

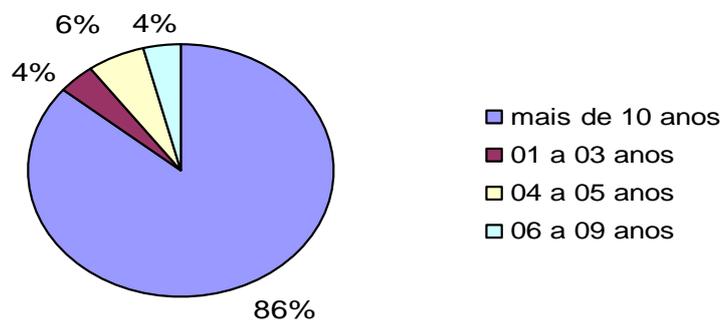


Gráfico 03. Distribuição da população pesquisada de acordo com o tempo de residência na cidade. Rosário – MA, 2008.

A maioria das pessoas entrevistadas reside no local há mais de 10 anos, com 86% de representatividade, os outros itens estão distribuídos da seguinte maneira: no intervalo de 01 a 03 anos com 4%; de 04 a 05 anos com 6%; e de 06 a 10 anos com 4%.

Um dos fenômenos históricos mais antigos nas comunidades humanas é a cultura popular. De acordo com Bahl (2003, p.26): “essa cultura é baseada em tradições e manifestações espontâneas e étnicas, correspondentes às classes sociais mais baixas, geralmente ligada à terra, criadas a partir do conhecimento do povo”.

Quando a cultura popular é observada como atrativo turístico, geralmente é associada à realização de eventos. Portanto, é preciso que estes eventos sejam planejados de modo a preservar a autenticidade da manifestação popular. É importante lembrar que antes de se utilizar a cultura popular como objeto turístico, deve-se desenvolver o interesse da população local, conscientizando que é importante a manutenção de sua identidade local.

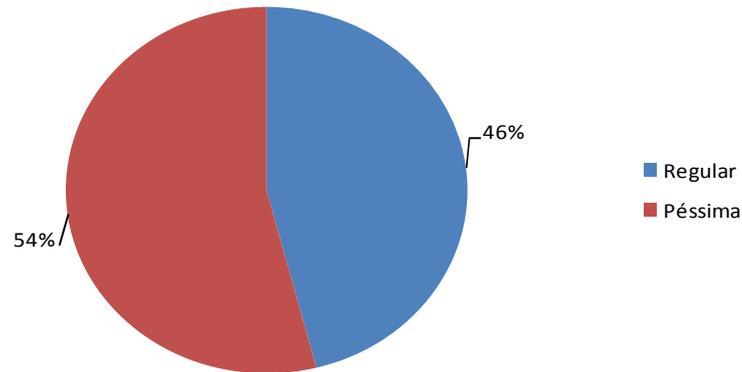


Gráfico 04. Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião dos moradores sobre a cidade. Rosário – MA, 2008.

A maioria das pessoas entrevistadas acredita que a cidade está em péssimo estado de conservação com 54% de representatividade. Já 46% das pessoas entrevistadas acreditam que a cidade é regular.

Hirschman (apud CAVACO, 1996) destaca que “o desenvolvimento depende não tanto da combinação ótima de recursos e fatores de produção como de fazer aflorar e mobilizar recursos e capacidades escondidas, dispersas ou mal utilizadas”, em outras palavras, “não há territórios condenados, mas apenas territórios sem projetos” (CAVACO, 1996). Portanto, é necessário incentivar a comunidade para que esta busque sua identidade a fim de trabalhar a auto-estima, pois é de grande importância que a comunidade seja aliada do desenvolvimento turístico.

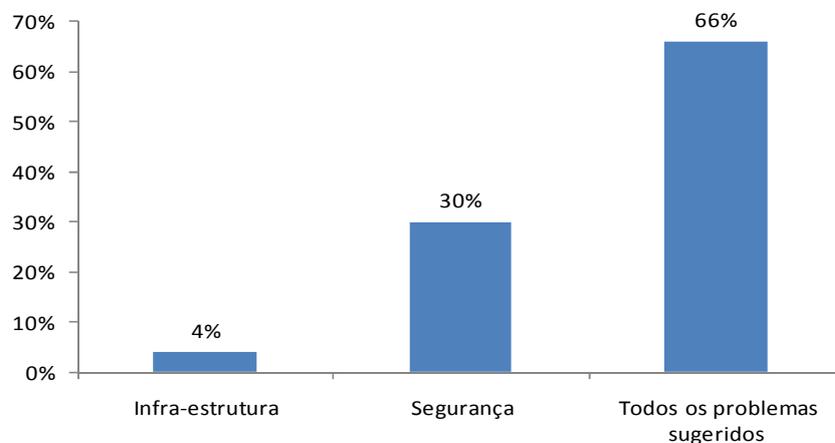


Gráfico 05. Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião sobre o maior problema da cidade. Rosário – MA, 2008.

A maior parte das pessoas entrevistadas acredita que o maior problema da cidade é o conjunto de problemas sugeridos com 66% de representatividade, sendo que o item segurança vem logo em seguida com 30%, e após este item destacam-se problemas de infra-estrutura com 4% de representatividade. Ao analisar o gráfico percebe-se que a maior parte dos entrevistados acredita que a cidade está passando por vários problemas nos mais diversos setores, o que demonstra um certo desânimo em relação à cidade. Nesse sentido Kotler, Haider e Rein (1995, p. 2) explicam que:

No entanto, a doença ou a saúde relativa de um local transcende as medidas fiscais e econômicas. Os locais são mais do que orçamentos e negócios. Eles abrangem pessoas, culturas, herança histórica, patrimônio físico e oportunidades.

Sendo assim o crescimento econômico é uma condição indispensável para o desenvolvimento, mas não é condição suficiente. A idéia de desenvolvimento está associada a uma mudança estrutural que busque eficiência na produção, uso racional dos recursos naturais e uma maior igualdade na distribuição dos empregos e da renda, promovendo melhora qualitativa no modo de vida das pessoas. Uma visão de desenvolvimento que não subestima a importância econômica é aquela que coloca o ser humano e os interesses coletivos como objeto central, concorrendo para a possibilidade de potencialização das capacidades de todos os indivíduos.

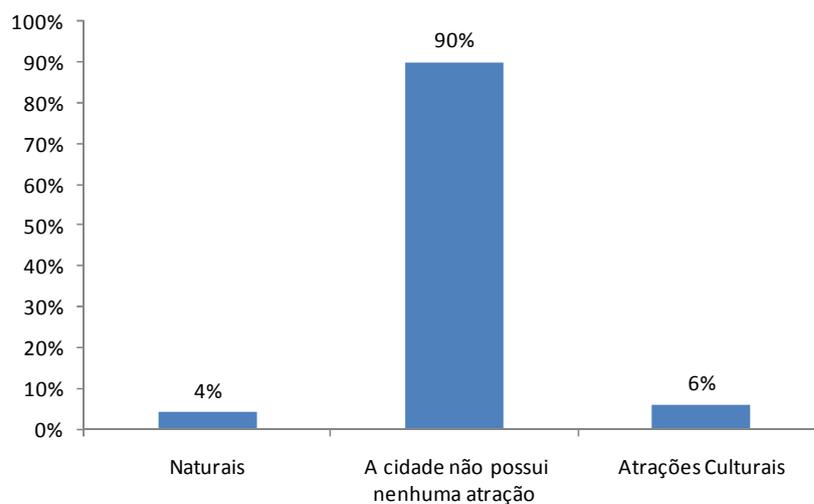


Gráfico 06. Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião sobre a principal atração turística da cidade. Rosário – MA, 2008.

A maior parte das pessoas entrevistadas acredita que Rosário não possui nenhuma atração turística. Sendo que 06% acreditam que o principal atrativo da cidade são as atrações culturais, e 04% que os atrativos naturais são as principais atrações da cidade. Assim, na concepção de estratégias para o desenvolvimento local é fundamental ter-se os referenciais de desenvolvimento endógeno (mobilização dos próprios recursos), ascendente (protagonismo dos agentes locais) e autocentrado (centrado nas necessidades próprias das comunidades) (CAVACO, 1996). Nesse sentido, a promoção do desenvolvimento necessita do efetivo envolvimento do setor público, isto é, o desenvolvimento local precisa ser uma vontade política dos governos locais que, apesar das suas limitações, exercem papéis fundamentais nesse processo.

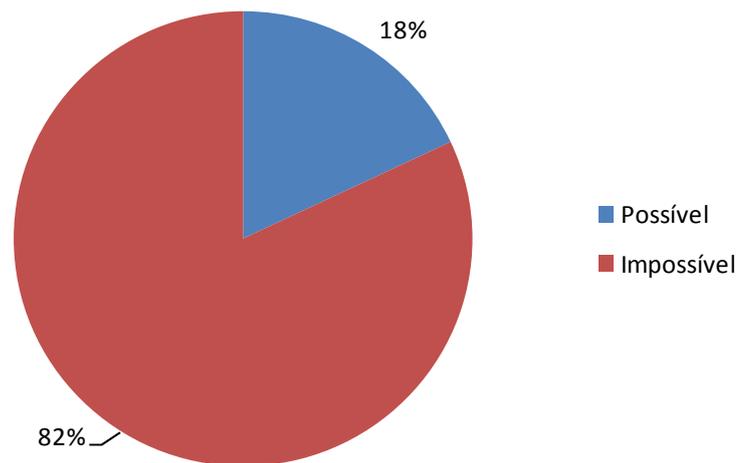


Gráfico 07. Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião sobre a possibilidade do turismo na cidade. Rosário – MA, 2008.

As pessoas entrevistadas acreditam que a possibilidade de implantação do turismo na cidade de Rosário é impossível com 82% de representatividade. Apenas 18% acreditam na possibilidade do turismo na cidade. Novamente fica claro o estado de desânimo que a maior parte da população local apresenta, provavelmente devido aos problemas pelos quais a cidade esteja passando.

Para responder à pergunta sobre - o que está acontecendo com as localidades – destaca-se o pensamento de Kotler, Haider e Rein (1995:4) onde afirmam que:

Quase todas as localidades estão tendo dificuldades, mas algumas enfrentam problemas maiores que as outras. A situação delas se enquadra numa linha contínua. No extremo mais desesperador estão os locais que estão morrendo ou cronicamente deprimidos. Eles carecem de recursos para iniciar uma recuperação.

Existem locais que apesar de estarem passando por uma situação não muito favorável possuem um potencial para renascer, fala-se aqui de lugares que possuem atrativos históricos, culturais, naturais e políticos que, capazes sustentar uma reviravolta, se aparecerem a liderança e a visão adequadas.

Sendo assim, os impactos culturais e sociais sofridos pela comunidade envolvida no atrativo turístico merecem ser avaliados. Tanto é bom para a localidade a visitação turística, porque está gerando renda em diversas atividades econômicas como também, se não houver um cuidadoso planejamento, gestão e monitoramento da prática turística, pois a “invasão” de turistas na localidade pode acarretar em diversos problemas como, por exemplo, perda das tradições, dos costumes, aculturação, problemas de saneamento básico e violência.

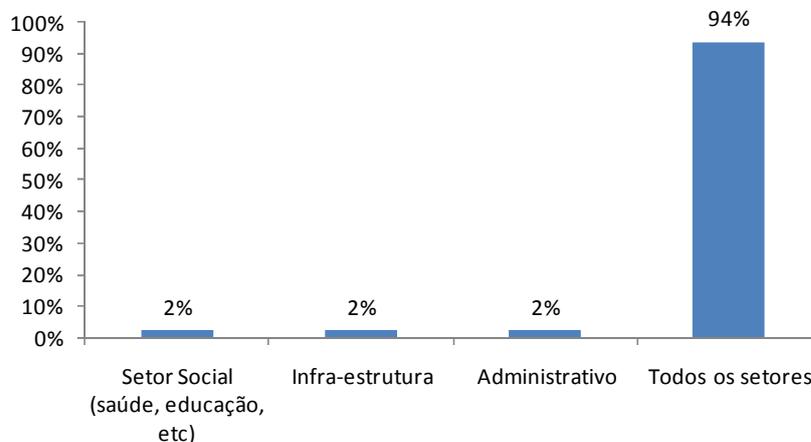


Gráfico 08. Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião sobre qual setor deve ser incentivado para a melhoria do turismo na cidade. Rosário – MA, 2008.

Para as pessoas entrevistadas, todos os setores devem ser incentivados para a melhoria do turismo na cidade com 94% de representatividade. Em seguida vem um empate de 02% para o setor social, setor de infra-estrutura, e administrativo. Observa-se que na opinião da população residente, para que o turismo seja implantado na cidade todos os setores devem ser incentivados. Nesse sentido, Yázigi (2003, p.168) expõe que:

Não cremos num desenvolvimento municipal conseqüente que não parta da referencia maior. Questões clássicas como a contemplação que cada setor econômico, social, cultural, ambiental, educacional, assistencial e outros devem receber, têm de ser equacionadas como plano de governo, com ampla participação social, sem que as decisões hoje tomadas são anuladas pelas gestões subseqüentes. Daí também a necessidade de legitimação do plano para que não só permaneça no tempo, como conte com os instrumentos necessários à sua consecução.

Para que uma cidade desenvolva turisticamente é necessária a participação social e que todos os setores sejam incentivados, pois o turismo abrange os mais variados setores de uma localidade. O trabalho conjunto com os parceiros regionais, a criação de ligações espaciais, a orientação das respostas para as exigências do mercado, a promoção de investimentos apropriados e dirigidos, a ênfase na conservação, o alinhamento e a coordenação de políticas, de iniciativas e de recursos, são essenciais se o governo da localidade pretender que o potencial seja materializado em benefício. Outro ponto importante é a respeito da legitimação do plano, para evitar que com as mudanças de gestão, as decisões tomadas pela gestão anterior não sejam anuladas e esquecidas, pois os benefícios do desenvolvimento do turismo, no caso da localidade em questão, são a longo prazo.

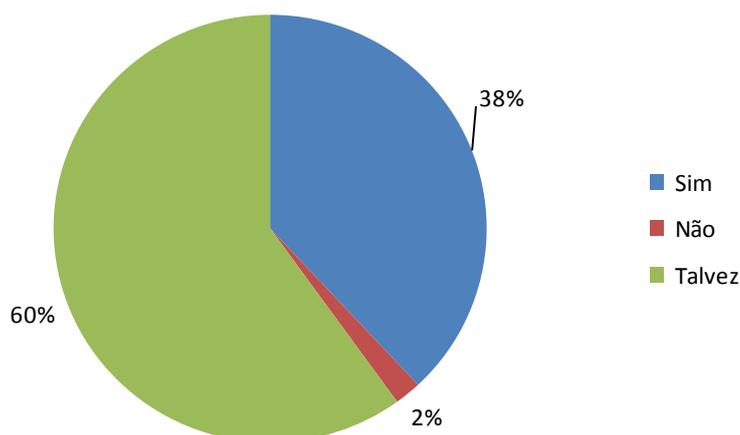


Gráfico 09. Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião sobre a existência de algo em particular que poderia tornar a cidade mais atraente. Rosário – MA, 2008.

Para 60% dos entrevistados talvez possa existir algo em particular que poderia tornar Rosário mais atraente. Já 38% acreditam que existe algo que possa diferenciar a cidade e torná-la mais atraente. Apenas 02% dos entrevistados

acreditam que a cidade não possui nenhum diferencial. O produto diferenciável, de acordo com Swarbrooke (2000, p. 5) significa:

[...] diferenciar o produto que você oferece daquele oferecido pelos concorrentes para que as pessoas o comprem, não porque é mais barato, mas porque ele é diferente. Isto se encaixa melhor na idéia de turismo sustentável e desenvolvimento rural, através da ênfase na qualidade, no preço, explorando a singularidade local, ao invés de ter como meta a padronização, que é geralmente a base do custo da liderança.

Portanto, colocar um produto turístico no mercado diferenciado dos outros quer dizer oferecer um produto que atraia os turistas por sua singularidade e qualidade. Nesse sentido, deve-se pensar em um planejamento para o fortalecimento do turismo cultural e natural em Rosário, objetivando buscar e fortalecer a identidade local para que o produto Rosário tenha autenticidade e posição no mercado. A gestão pública pode desenvolver ações para o fortalecimento do turismo local como: melhoria de infra-estrutura; criação de pontos de comercialização de artesanato na cidade e incentivo para a abertura de outros; revitalização de praças que podem possibilitar a instalação de negócios do tipo comercialização de artesanato local, doces, biscoitos, água de coco, entre outros; fornecimento de barracas para comercialização de bebidas e comidas nos principais eventos da cidade; estímulo ao surgimento de grupos musicais e artistas regionais por meio de apoio financeiro para “artistas da terra” nas produções de seus trabalhos, a exemplo da produção de cds, livros cordéis, esculturas entre outros; incentivo ao turismo rural; e outros.

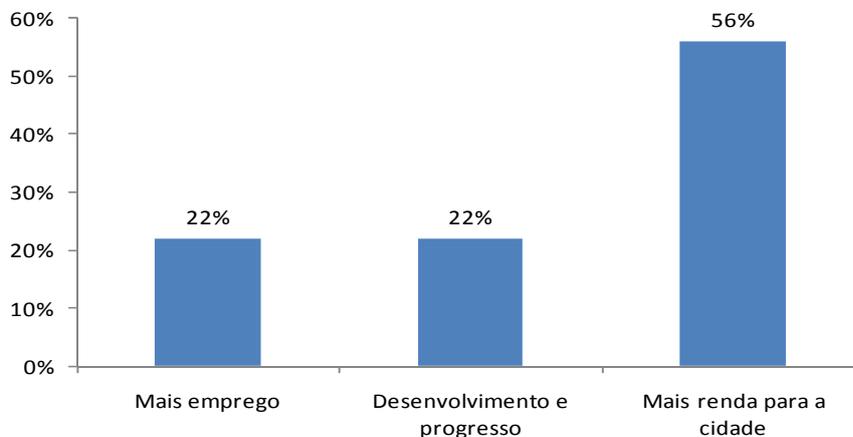


Gráfico 10. Distribuição da população pesquisada de acordo com a opinião sobre qual o maior benefício que o turismo pode levar para o município. Rosário – MA, 2008.

A maior parte dos entrevistados acredita que o maior benefício que o turismo traria para a cidade seria mais renda com 56%. Para 22% dos entrevistados o maior benefício seria desenvolvimento e progresso. Também com 22%, o principal benefício seria mais emprego para a população.

Em nível geral, o turismo vem crescendo aceleradamente, sendo considerado, como a atividade que mais contribui para a economia global. A exemplo disso, Mendonça Júnior (2004, p.11) afirma que:

O turismo, como atividade econômica, tem avançado de forma intensa nos últimos anos, não apenas no volume de fluxos de turistas que tem sido gerado nos principais mercados emissores, como também no surgimento de novos destinos turísticos em todo mundo.

Nesse sentido, o turismo enquanto atividade tem se tornado extremamente competitivo, pelo aumento da demanda e sua heterogeneidade com relação aos produtos, e também pelo aumento da própria oferta de produtos em si. Uma enorme gama de produtos são postos nas prateleiras do mercado a cada nova estação, na ânsia de atrair visitantes, e com as mais variadas segmentações. Contudo, já é sabido que apenas vai colocar-se com êxito neste mercado aquela localidade que souber planejar suas ações, conhece sua demanda e sua oferta, e através disto saberá valorizar tanto o produto, como o turista e a qualidade da experiência que um pode trazer ao outro. Portanto, as cidades que ainda não despertaram para o turismo não atentaram para um dos setores, que cada vez mais, se solidifica no mercado econômico. Entretanto, o momento não passou, ainda está em tempo de lucrar com os benefícios que o turismo oferece. O setor público pode utilizar o turismo como uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento da localidade e ao mesmo tempo melhoria de vida da população.

4.3 Caracterização da demanda turística no município de Rosário

A pesquisa de demanda turística foi realizada em um final de semana e em uma sexta-feira. Foram aplicados 50 questionários (APÊNDICE B) que continham doze questões. Os questionários foram aplicados em hotéis, na rodoviária e em restaurantes.

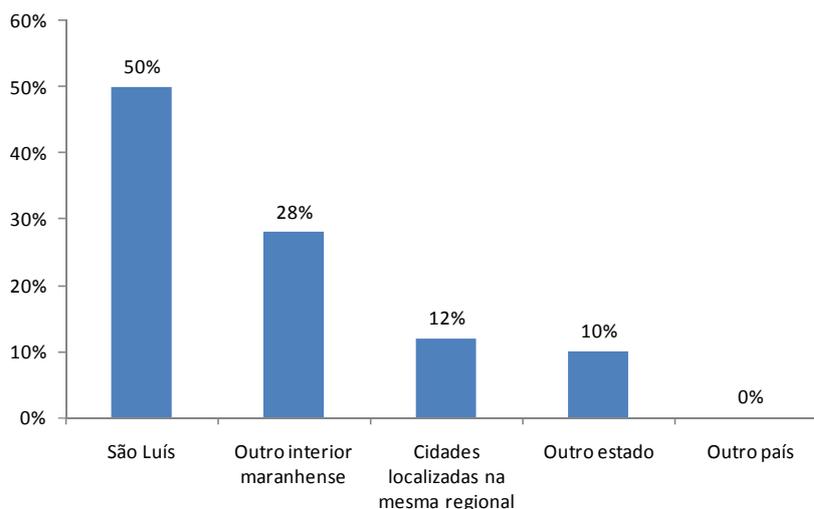


Gráfico 11. Distribuição dos turistas de acordo com o local de origem. Rosário – MA, 2008.

Os turistas entrevistados que visitam a cidade de Rosário residem 50% em São Luís, tendo em vista a proximidade da cidade com o destino. Os indicadores seguem em 28% em outros interiores maranhenses, com 12% aparecem turistas de outras cidades localizadas na mesma regional, e com 10% turistas oriundos de outros estados, demonstrando que a cidade tem capacidade de atrair ainda mais os visitantes, se possuir uma infra-estrutura adequada com uma maior diversidade de atrativos culturais e naturais. Não foi entrevistada nenhuma pessoa de outro país, possivelmente devido ao fato de que os turistas estrangeiros estão apenas de passagem pela cidade e o foco principal desses visitantes é a cidade de Barreirinhas. Para captação de turistas é necessário que a oferta esteja pronta para demanda, em outras palavras, Wahab (1988, p.131) explica que:

De modo geral, a oferta turística engloba tudo que o local de destino tem a oferecer para os seus turistas atuais e potenciais. Portanto, a oferta turística é representada pela gama de atrações naturais e artificiais, assim como bens e serviços que provavelmente induzirão as pessoas a visitarem especialmente um país.

Analisando os indicadores do gráfico, verifica-se a necessidade de investimentos na infra-estrutura básica e na melhoria dos serviços oferecidos. A divulgação da cidade e de eventos representa uma estratégia de *marketing* de fundamental importância, pois cria uma imagem positiva do turismo junto ao público externo, valorizando as belezas naturais e a diversidade cultural. Sendo necessária

para o lançamento e consolidação do produto Rosário, como destino turístico no mercado competitivo.

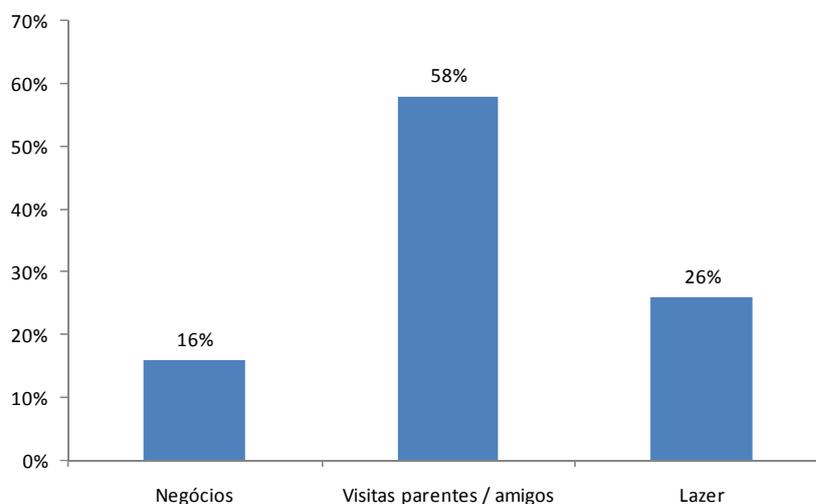


Gráfico 12. Distribuição dos turistas de acordo com o motivo principal da viagem. Rosário – MA, 2008.

A motivação da viagem dos turistas ficou representada em sua maioria, como o motivo de visitar parentes ou amigos com 58%. Seguido do motivo turismo com 26% e 16% pelo motivo negócios. Lickorish; Jenkins (2000, p.83) afirmam que:

Existem diversos fatores motivacionais que são importantes como determinantes da demanda de viagens. Os fatores irão variar de acordo com os países, mas cinco talvez sejam suficientemente importantes para serem consideráveis aplicáveis de maneira geral – educação, urbanização, *marketing*, indústria de viagens e atrações do destino.

As mudanças nas preferências do consumidor têm resultado numa mutação nos padrões de viagens. De uma maneira geral, à medida que se melhora o acesso por intermédio dos transportes e tecnologias de informação, se desenvolvem atrações turísticas, facilidades e serviços, as localidades tornam-se conhecidas e desejáveis como destinos turísticos. Nesta perspectiva, a gestão pública deve realizar um planejamento estratégico minucioso para a melhoria da oferta de serviços turísticos, tendo em vista, a localização da localidade, visando o aumento da permanência do turista na cidade, assim como elevar o capital deixado pelos turistas no núcleo receptor.

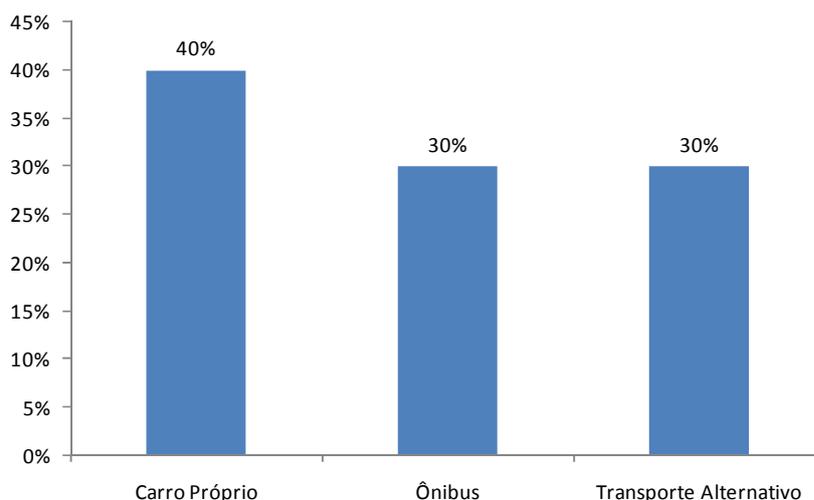


Gráfico 13. Distribuição dos turistas de acordo com o meio de transporte. Rosário – MA, 2008.

O meio de transporte utilizado pelos turistas ficou assim representado: 40% utilizaram carro próprio; 30% ônibus de linha regular e 30% transporte alternativo (carro fretado, vans). Os resultados do gráfico acima deixam transparecer a variedade e a facilidade de acesso no que diz respeito aos meios de transporte oferecidos. As vias de acesso da cidade estão em boas condições e o serviço de transporte intermunicipal oferece boas condições de viagem no que se refere ao estado dos veículos e a uma linha regular com horários diários e variados. O dado relevante a ser observado diz respeito ao crescimento do número de passageiros utilizando carro próprio no acesso ao município. Apesar das dificuldades sempre enfrentadas pelo município percebe-se um crescimento considerável no número de passageiros utilizando este modal. Roná (2002, p.8) destaca que:

[...] para o usuário, o custo do transporte é composto de dois elementos bem distintos: o elemento monetário, representado pela tarifa que ele deve pagar para obter o serviço, e um elemento qualitativo, que inclui uma série de facilidades que ele espera receber com a prestação do serviço, como a acessibilidade ao meio de transporte, a frequência do serviço, a continuidade na prestação do mesmo, a segurança e, finalmente, a que ele considera a mais importante: a rapidez.

Portanto, fica claro que a escolha de um determinado modo de viagem, não constitui um processo estático ou aleatório, é influenciado por diversos fatores tais como velocidade, conforto, conveniência, custo, confiabilidade dos modos alternativos, disponibilidade de modos de viagem específicos, além do nível sócio econômico da pessoa que esta empreendendo a viagem.

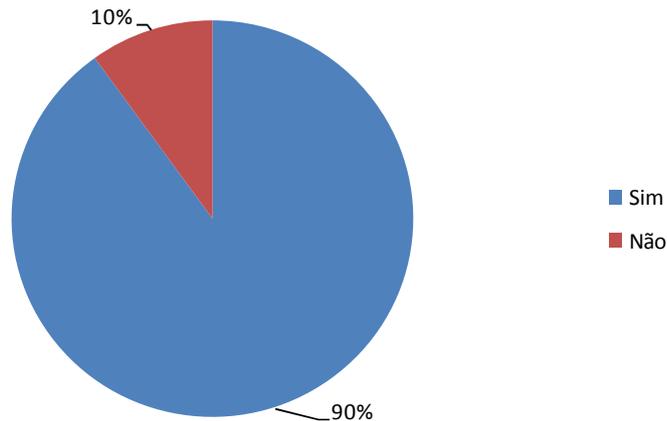


Gráfico 14. Distribuição dos turistas de acordo com o conhecimento de propaganda sobre a cidade. Rosário – MA, 2008.

Os turistas em sua maioria, em torno de 90%, opinaram que não viram nenhuma propaganda sobre a cidade e apenas 10% afirmaram já ter visto propaganda sobre a cidade. Nesse contexto Mendonça Júnior (2004, p.51) afirma que:

[..] o turismo pode valer-se de diferentes critérios de diferenciação para seus produtos e serviços, visando a consolidar uma marca própria no cada vez mais concorrido mercado internacional. E o que ocorre de imediato é a possibilidade de trabalhar o produto turístico a partir dos princípios de segmentação de mercado.

De acordo com a afirmação do autor, observa-se que constituir uma marca é um dos elementos de fundamental importância para a divulgação da cidade. O gráfico acima faz transparecer que o trabalho de *marketing* não surtiu efeito ou ainda não está consolidado na administração da localidade. Portanto, é visível a necessidade de realizar um planejamento para a organização dos atrativos e eventos visando constituir uma marca, objetivando iniciar uma campanha para melhor divulgação do município.

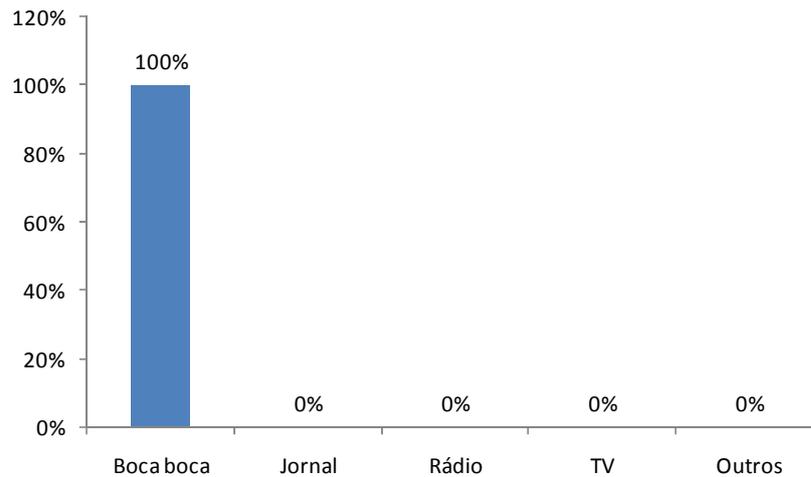


Gráfico 15. Distribuição dos turistas de acordo com a forma que ficaram sabendo sobre a cidade. Rosário – MA, 2008.

100% das pessoas entrevistadas disseram que ficaram sabendo sobre a cidade através de informações de terceiros. Analisando o gráfico nota-se que apesar dos vários meios existentes de *marketing*, a divulgação chamada boca-a-boca ainda é uma ação promocional eficiente e também a de menor custo, sabendo-se que sua força vem do fato da técnica ser realizada por consumidores verdadeiramente satisfeitos e dispostos a recomendar o produto ou serviço que foi capaz de corresponder às expectativas. Portanto, o núcleo receptor antes de qualquer coisa deve estar bem estruturado para receber os turistas, pois a qualidade da experiência que o turista terá ao consumir o produto é que irá garantir a sua fidelidade e divulgação do destino no seu círculo de relações.

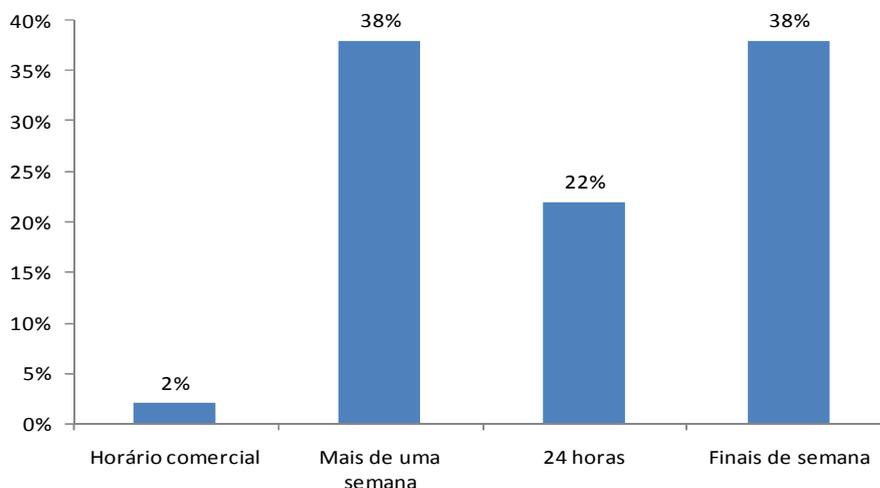


Gráfico 16. Distribuição dos turistas de acordo com o tempo de permanência na cidade. São Luís – MA, 2008.

O tempo de permanência dos turistas na cidade está assim disposto: 36% dos turistas passam mais de uma semana na cidade, 36% passam o final de semana, 22% passam 24 horas, e 02% permanecem na cidade somente no horário comercial. O interessante para uma localidade seria manter o turista ocupado durante o tempo de estadia, oferecendo produtos e serviços diferenciados e boa qualidade. Além de incentivos aos mais variados setores, deve ser feito um planejamento para a elaboração de roteiros turísticos para a cidade. Bahl (2004, p.75) explica o seguinte:

Através dos roteiros turísticos, realmente se pode pensar no aspecto promocional do turismo, através da ordenação de atividades que promovam a cultura de um local, sem influenciá-la, pela imposição de anseios apenas lucrativos, mas, sim, na descoberta da essência que diferencia as regiões, cidades e localidades, adaptando estruturas e buscando fuga do cotidiano; afinal são as peculiaridades que motivam as pessoas a visitarem outros locais, fora do seu habitat, à procura de algo que seja diferente e que por isso exerce atração.

Elevar o intervalo de permanência do turista na localidade é um grande desafio para o planejador. De acordo com o gráfico nota-se que houve um empate entre o indicador mais de uma semana e o de final de semana, observa-se que o percentual é positivo, pois os visitantes permanecem durante um tempo razoável na cidade, fator esse que pode ser uma boa oportunidade para a criação de um roteiro turístico e opções de lazer para atender a demanda existente. Portanto, torna-se fundamental melhorar a infra-estrutura e ampliar o rol de atrativos turísticos, de maneira que essa atitude possa gerar emprego e renda para a cidade. Roteiros integrados com municípios vizinhos seriam interessantes devido à proximidade das destinações turísticas. Contudo, não basta ter potencial turístico, é necessário desenvolver uma série de elementos para formatar um atrativo e transformá-lo em um produto que atraia os turistas, aumentando seu tempo de permanência e gerando benefícios para a comunidade local.

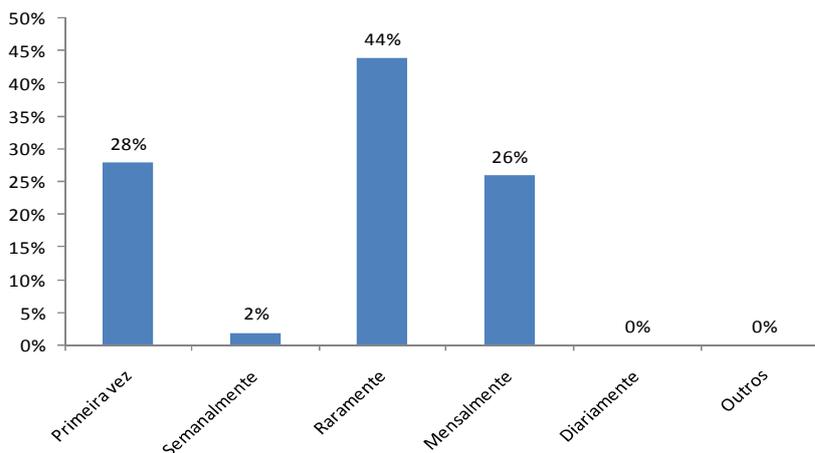


Gráfico 17. Distribuição dos turistas de acordo com a quantidade de vezes que vieram na cidade. Rosário – MA, 2008.

Nesta questão os turistas entrevistados revelaram que 44% raramente vão à cidade, 28% estão se deslocando para a cidade pela primeira vez, 26% vão mensalmente, e 02% vão semanalmente. Os itens diariamente e outros não foram assinalados por nenhum turista, provavelmente devido ao fato de que muitas pessoas deslocam-se para o município para trabalhar e a aplicação dos questionários foi efetuada durante o final de semana. Nota-se um certo desânimo entre os turistas em relação aos atrativos turísticos da cidade. De acordo com Jensen (1999), devido a esse motivo o que se busca é mais do que um destino que ofereça produtos e serviços de qualidade, já que o que o turista busca são lugares que permitam um contato mais próximo com o local visitado, onde mais que visitar e contemplar, seja possível também viver, emocionar-se, ser personagem da sua própria viagem.

No item do gráfico doze, motivo da viagem, a maior parte das pessoas entrevistadas deslocam-se para a cidade com a intenção de visitar parentes e amigos. Portanto, a motivação principal não é o núcleo receptor, haja vista, que quarenta e quatro por cento dos entrevistados dizem que raramente visitam a cidade. Torna-se fundamental que sejam elaborados roteiros e atrativos turísticos com o objetivo de oferecer lazer para os visitantes para que estes possam voltar à cidade e ao mesmo tempo divulgar os atrativos e serviços que a cidade tem a oferecer para outros turistas.

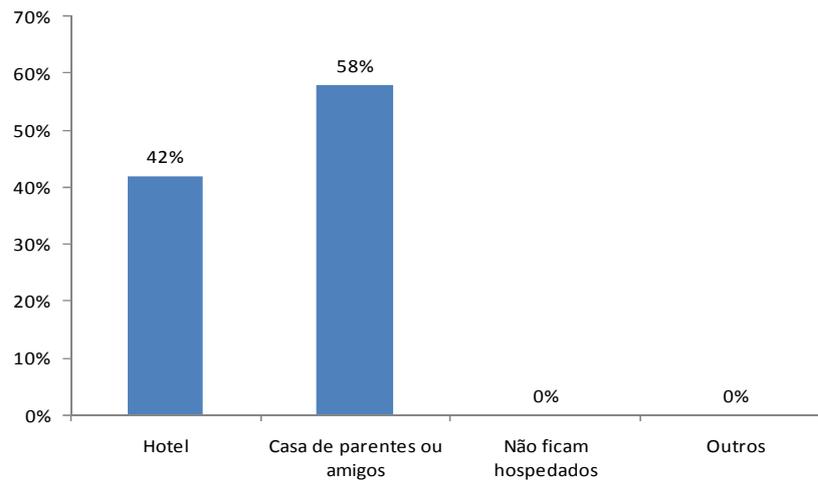


Gráfico 18. Distribuição dos turistas de acordo com o meio de hospedagem utilizado. Rosário – MA, 2008.

O meio de hospedagem utilizado quando os turistas permanecem na cidade é assim discriminado: 58% ficam na casa de parentes ou amigos, 42% ficam em hotel. Os itens não ficam hospedados e outros não foram assinalados pelos turistas entrevistados. De acordo com Silva (2004, p.XIII):

[..] as empresas vinculadas ao turismo, que, necessariamente, tiveram que evoluir do antigo amadorismo para posturas profissionalizadas e eficazes. As empresas resistentes provavelmente perderam ou perderão parte desse mercado que cresceu em exigências, aliás, apropriadas e condizentes com o competitivo mercado globalizado.

Os hotéis precisam percorrer o caminho da especialização, treinamento, desenvolvimento e a busca constante do aperfeiçoamento, pois só assim poderão sobreviver ao mercado.

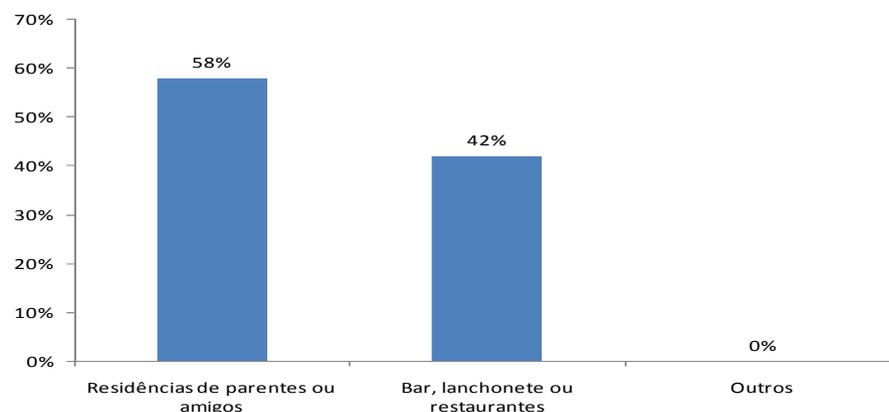


Gráfico 19. Distribuição dos turistas de acordo com o local onde realizam suas refeições. Rosário – MA, 2008.

Dos turistas entrevistados que visitam a cidade 58% realizam suas refeições na residência de parentes ou amigos e 42% fazem suas refeições em bares, lanchonetes e restaurantes. O item outros não foi assinalado por nenhum turista entrevistado.

O gráfico demonstra que a maioria dos turistas realizam suas refeições na residência de parentes e amigos, portanto cabe ao setor de alimentos e bebidas realizar um planejamento para incrementar as atividades exercidas pelo setor. Nesse sentido o professor Bulzoni et al (2006, p. 44) afirmam o seguinte:

Outro fator importante é o cardápio, elaborar um é uma tarefa difícil, com muita responsabilidade, pois é este cardápio ou menu que vai atrair nos clientes. Os fatores mais importantes e relevantes para a elaboração de um cardápio ou menu não é suficientemente a simples escolha dos pratos, pois são inúmeros os fatores que determinarão as diretrizes desse planejamento, uma vez que cada empresa tem características próprias no que diz respeito ao cliente, bem como de estrutura física administrativa, é necessário conhecer os nossos consumidores - público a que se destina o nosso cardápio.

Assim para o planejamento de um cardápio cada localidade deve guiar-se pelas suas características, hábitos e disponibilidade. Devem-se levar em conta também as preferências regionais e observar a preferência dos turistas.

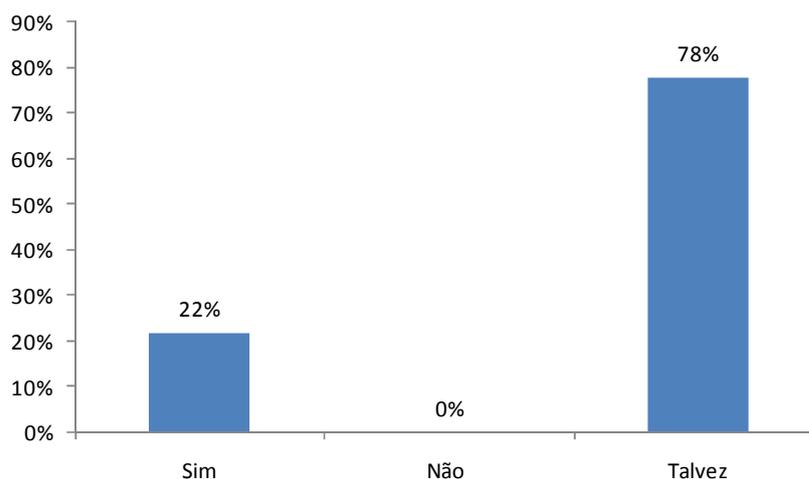


Gráfico 20. Distribuição dos turistas de acordo com a opinião sobre se a cidade possui algo que poderia torná-la mais atraente. Rosário – MA, 2008.

Segundo os turistas entrevistados 78% acreditam que Rosário talvez possua algo em particular que poderia tornar a cidade mais atraente. Já 22%

acreditam que Rosário possui algum diferencial que possa ser utilizado para tornar a cidade mais atraente. De acordo com Mendonça Júnior (2004, p.73):

[..] necessário se torna analisar o mercado, visando a quantificar qual o grau de atratividade do destino / produto, assim como suas principais características, as mesmas que poderão ser consideradas na configuração do produto.

Nesse contexto, a vulnerabilidade de alguns lugares turísticos, onde a degradação é visível, seja pela falta de uma gestão positiva, seja pelo desencontro das informações sobre a profissionalização e querer fazer bem feito, tem limitado a análise turística e subtraído da própria comunidade as informações realistas das conseqüências que o turismo verdadeiramente produz. Neste ponto é importante estabelecer alguns critérios de análise e, a partir daí, provocar a discussão e o debate sobre quais as alternativas necessárias a serem executadas e as que já estão em fase de execução e quais resultados poderão ser colhidos em benefício do progresso sustentável, dinâmico e socializante do turismo.

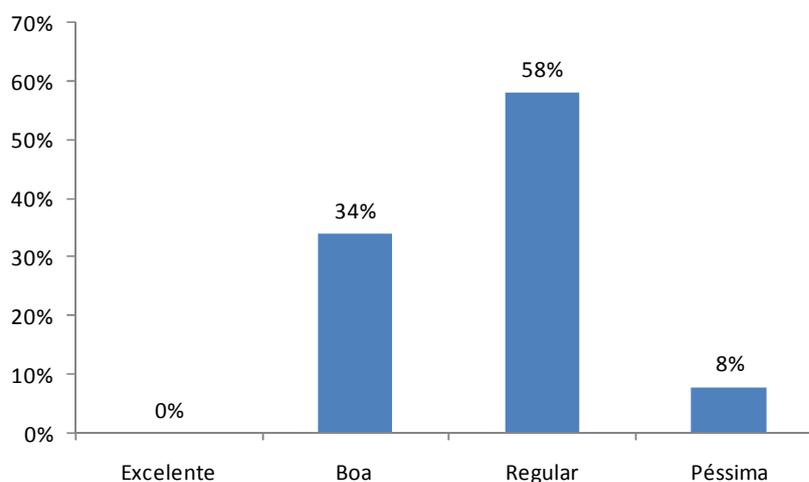


Gráfico 21. Distribuição dos turistas de acordo com a opinião sobre a cidade. Rosário – MA, 2008.

Esta questão trata da opinião do turista em relação a cidade onde 58% caracterizaram como regular, 34% opinaram por ser boa, e 08% acharam a cidade péssima. O item excelente não foi votado por nenhum turista entrevistado. Nesse sentido, Jaqueline Gil (2004, p.82) afirma que:

Seguramente o êxito dos destinos turísticos em um futuro próximo dependerá muito da capacidade de aprender rapidamente e compreender bem todo o sistema psicológico do que se passa na cabeça dos turistas. Uma vez conhecido e entendido, devem se colocar em prática as estratégias aprendidas para conseguir alcançar melhores resultados.

Basicamente as principais estratégias para melhorar um local são: organizar um grupo de planejamento formado por cidadãos, empresários, autoridades governamentais locais, que tem por objetivo diagnosticar as condições da localidade, seus principais problemas e causas; elaboração de um planejamento estratégico para solucionar os problemas da comunidade, de acordo com avaliações realistas de seus valores, recursos e oportunidades; e desenvolvimento de um plano de ação a longo prazo, contendo as etapas de investimento e transformação. O que pode vir a ser um grande diferencial é quando a cidade está sob o comando de prefeitos eficientes, pois é um instrumento facilitador para que as cidades obtenham êxito em melhorar suas condições.

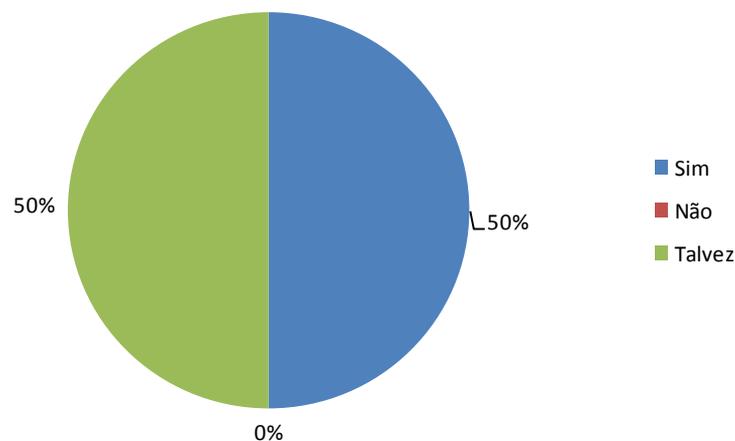


Gráfico 22. Distribuição dos turistas de acordo com o retorno à cidade. Rosário – MA, 2008.

Quando perguntados se voltariam à cidade em alguma outra oportunidade, 50% responderam que sim e 50% respondeu talvez. Nenhum dos turistas disse que não retornaria à cidade. Observa-se que há um empate entre as alternativas, o que leva a entender que o poder público do município precisa tomar providências no sentido de fazer com que os turistas voltem para a localidade, pois o turismo, através dos seus aspectos de consumo e investimento, afeta diversos setores do sistema econômico de uma localidade, e acredita-se que seu efeito

multiplicador seja mais alto do que o observado em outros setores da economia tais como a indústria.

Produtivo, preciso e determinado com características próprias, o turismo incorporou-se ao campo do desenvolvimento e do comércio e, dependendo o estágio de desenvolvimento de uma região, pode ser considerado a primeira força à frente da indústria e da agricultura. Nesse contexto, para um lugar ser considerado como turístico é necessário que ele apresente três características: densidade de freqüência turística, ou seja, fluxo significativo de visitantes; presença de equipamentos e serviços turísticos, representados pela infra-estrutura turística (hotéis, restaurantes, agências de turismo etc.); e deve haver uma imagem turística (YÁZIGI, 2003). Essa imagem geralmente está associada com o atrativo, como os recursos naturais (clima, paisagem, água, flora e fauna) ou valores simbólicos (históricos, culturais ou religiosos, modo de vida e comportamento dos habitantes).

4.4 Análise das atuais condições através do diagnóstico turístico, a partir da Matriz SWOT

Para analisar o posicionamento do município foi utilizada a matriz SWOT para indicar o direcionamento na gestão pública da cidade de Rosário. De posse dos dados coletados no diagnóstico apresentado, conceberam-se as atuais condições da atividade turística no município, identificando as oportunidades e as maiores ameaças do desenvolvimento turístico da localidade.

SWOT, em inglês, significa *Strenghts, Weaknesses, Opportunities e Threats*, que traduzidas para português significam Vantagens, Forças, Vulnerabilidade ou Fraquezas, Ameaças e Oportunidades. No Brasil a técnica é conhecida como FOFA, que significa: Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças. A definição dos pontos fortes e fracos gera a identificação das oportunidades e ameaças, que para o turismo representa uma ferramenta de planejamento estratégico necessário para realizar recomendações importantes de acordo com o quadro em que se encontra o município.

A técnica utilizada foi creditada a Albert Humphrey, que é um sistema simples para posicionar e verificar a posição estratégica do município no mercado. Não existem apontamentos precisos sobre a origem da matriz SWOT, sendo que para Hidle & Lawrence (1994) esta análise foi criada por Kenneth Andrews e Roland

Christensen e foi desenvolvida para estudar a competitividade e a qualidade de uma organização no mercado. Já para Tarapanoff (2001, p.209) a análise SWOT começou a ser utilizada há mais de três mil anos quanto aponta um conselho de Sunb Tzu: “Concentre-se nos pontos fortes, reconheça as fraquezas, agarre as oportunidades e proteja-se contra as ameaças” (SUN TZU, 500 a.C. apud BENI, 2001, p.45).

Ressalta-se que a matriz é formada por pressupostos do investigador, tendo com base o método *in loco*, assim como, os indicadores dos questionários aplicados junto à população e os turistas. No caso do município de Rosário foram identificados os seguintes pontos fortes e fracos e por conseqüência as oportunidades e ameaças.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> - Localização privilegiada; - Facilidade de acesso; - Presença de recursos naturais; - Zona rural rica em recursos naturais; - Presença de recursos culturais; - Presença de monumentos históricos; - Potencialidade dos três setores econômicos; - Ausência de turismo de massa o que influencia a possibilidade de realizar um turismo planejado; - A comunidade tem consciência de que o turismo oferece benefícios para todos os setores da economia de uma cidade, além de renda e emprego para os seus habitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - A infra-estrutura do município não é satisfatória; - As vias urbanas e as que dão acesso para os povoados se encontram em estado precário de conservação; - Insegurança da comunidade em relação à segurança pública; - O sistema de saúde não é satisfatório para atender a população; - Deficiência de equipamentos e serviço de entretenimento; - Descontentamento da comunidade em relação à cidade; - A comunidade desconhece e aparenta não dar a devida atenção para os seus atrativos turísticos; - A comunidade não acredita que a cidade possa desenvolver-se turisticamente; - Ausência de uma marca e campanhas de marketing; - Realização de atividades que degradam o meio ambiente; - Falta de apoio às práticas artesanais e manifestações culturais; - O patrimônio histórico encontra-se esquecido; - Número reduzido de oferta de emprego

Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Organização e melhoria dos equipamentos e serviços locais; - Geração de emprego e renda para a comunidade; - Elevação positiva dos indicadores sócio-econômicos; - Melhoria de vida para a população local; - Aumentar o grau de satisfação da comunidade; - Valorização da cultura local; - Implantação do turismo cultural e natural na cidade; - Desenvolver o turismo rural e ecológico na região; - Possibilitar o desenvolvimento sustentável através de programas destinados aos mais diversos setores; - Despertar a consciência ambiental na comunidade e nos turistas; - Capacitação de turistas; - Aumentar o tempo de permanência e a frequência das viagens realizadas pelos turistas; - Aumentar a renda dos equipamentos que dão suporte ao turismo existente na localidade; - Capacitação de parcerias através do desenvolvimento de roteiros turísticos integrados; 	<ul style="list-style-type: none"> - Dificuldade para a comercialização turística do município; - Não gerar emprego e renda ao município; - Degradação dos atrativos turísticos; - Supressão das manifestações culturais;

Os itens acima descritos foram baseados na análise dos questionários aplicados com a população local e com turistas, o que levou à elaboração da proposta para posicionamento estratégico, conforme se verá no capítulo seguinte.

5 PROPOSTA PARA POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO

Sabe-se da importância econômica que o turismo proporciona para o núcleo receptor e por esse motivo, propõe-se novas alternativas para a melhoria da localidade e intensificação do fluxo turístico no município de Rosário - MA.

Dentro desse contexto propõe-se que medidas alternativas sejam realizadas, tais como:

Secretaria de Cultura e Turismo
Proposta: Reestruturação da Secretaria de Cultura e Turismo.
Descrição: Conscientização dos gestores sobre a importância da atividade turística para melhoria da cidade, tanto no aspecto social, com geração de trabalho e renda, quanto no âmbito econômico, com a intensificação do comércio local. Qualificação dos funcionários e planejamento turístico.
Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos e Secretaria de Cultura e Turismo.

Infra-estrutura
Proposta: Melhoria da infra-estrutura básica e turística da cidade.
Descrição: Planejamento e execução de obras de infra-estrutura; recuperação dos pontos turísticos; incentivo à construção de ambientes culturais que se constituam em atrativos turísticos; melhoria geral da infra-estrutura básica da cidade: saneamento, saúde e educação.
Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos; Secretaria de infra-estrutura; e Secretaria de Cultura e Turismo.

Saúde
Proposta: Elaboração de um plano para maximizar o sistema de saúde municipal
Descrição: Planejamento para incremento do sistema de saúde local; dar condições aos hospitais da rede pública de acolher não somente a população local, como também o visitante, dando-lhe a segurança de

que não necessitará, em caso de doença, se deslocar para melhorar outras cidades para realizar o tratamento médico.

Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos; e Secretaria de Saúde.

Educação

Proposta: Investimentos para o Sistema Educacional do Município

Descrição: Realização de eventos, sobre educação reunindo profissionais da área com objetivo de identificar e discutir as principais dificuldades pelas quais a rede de ensino rosariense atravessa; Destinado à elaborar ações de conscientização e sensibilização na área de ambiental e turística, bem como, em áreas afins; Elaboração de um plano de ação educacional.

Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos; Secretaria de Educação; e educadores.

Busca da identidade local

Proposta: Elaboração de um plano de cultura com objetivo de obter informações sobre a história da cidade e seus atrativos culturais e históricos.

Descrição: Organização dos atrativos culturais e históricos; Elaboração de um planejamento estratégico de benfeitoria, revitalização e divulgação dos atrativos; divulgação da cidade na mídia local e estadual, mostrando o que a cidade tem de bom para oferecer aos visitantes.

Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos; Secretaria de Cultura e Turismo; Secretaria de Infra-estrutura; e Secretaria de Educação.

Turismo

Proposta: Implantação do turismo na cidade.

Descrição: Conscientização da população sobre a importância do turismo na cidade; elaboração de um planejamento para identificar, beneficiar e promover as atrações turísticas local; desenvolvimento de um plano para revitalização e preservação dos atrativos turísticos;

promoção de eventos que tragam o turista para a cidade.

Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos; Secretaria de Cultura e Turismo; Secretaria de Infra-estrutura; e Secretaria de Educação.

Meio ambiente

Proposta: Realização de estudos sobre o relevo, vegetação, hidrografia, clima e patrimônio histórico do município.

Descrição: Conscientização dos gestores sobre a necessidade da realização de pesquisas bibliográficas e de campo a respeito da preservação do meio ambiente; realização de um evento para discussão sobre o meio ambiente; idealização de um plano de controle e preservação do meio ambiente.

Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos; Secretaria de Cultura e Turismo; Secretaria de Infra-estrutura; Secretaria de Saúde; Secretaria de Agricultura e Secretaria de Educação.

Ecologia

Proposta: Formulação de um planejamento para a cidade.

Descrição: Realização de programas para preservação e conservação dos recursos naturais do município; Planejamento e implantação do turismo ecológico na localidade, através da revitalização das áreas onde esse turismo pode ser realizado.

Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos; Secretaria de Cultura e Turismo; Secretaria de Infra-estrutura; e Secretaria de Agricultura.

Zona Rural

Proposta: Organização do espaço rural do município.

Descrição: Planejamento rural; execução de obras de infra-estrutura, como melhoria do acesso à zona rural e principalmente, dos locais que poderão ser visitados pelos turistas; Incentivo para as práticas rurais; Implantação do turismo rural.

Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos

Humanos; Secretaria de Cultura e Turismo; Secretaria de Infra-estrutura; e Secretaria de Agricultura.

Patrimônio Cultural

Proposta: Realização de projetos de preservação, conservação e restauração dos monumentos históricos.

Descrição: conscientização dos gestores sobre a importância da preservação do patrimônio cultural da cidade; recuperação dos monumentos históricos; conscientização da população para a preservação e conservação dos monumentos históricos.

Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos; Secretaria de Cultura e Turismo; Secretaria de Infra-estrutura; e Secretaria de Educação.

Artes

Proposta: Realização de um programa de incentivo às práticas artísticas.

Descrição: Criação de um espaço para aprendizado e desenvolvimento das práticas artísticas; Incentivo financeiro para as artes; realização de feiras artísticas; incentivar junto ao comércio a divulgação do artesanato, das artes, enfim da cultura local.

Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos; Secretaria de Cultura e Turismo; Secretaria de Infra-estrutura; Secretaria de Educação e representantes da classe artística.

Economia

Proposta: Organização e incentivo para os setores econômicos.

Descrição: Incentivos para melhoria das atividades do setor primário visando aumento da produção e renda; realização de estudos acerca das atividades do setor secundário visando identificar os impactos causados pelas indústrias e fábricas existentes no município; incentivo para os setores secundários e terciários com objetivo de gerar emprego e aumento de capital de giro para os empresários locais.

Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos; Secretaria de Cultura e Turismo; Secretaria de Infra-

estrutura; Secretaria de Agricultura e representantes de classes profissionais.

Atrativos Locais

Proposta: Divulgação e promoção dos atrativos existentes na cidade.

Descrição: Planejamento e implantação de uma campanha de *marketing* para divulgação da marca Rosário e seus atrativos turísticos; realização de eventos que promovam o turismo à cidade, bem como a divulguem a nível estadual e nacional.

Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos; Secretaria de Cultura e Turismo; Secretaria de Educação e Secretaria de Infra-estrutura e meio ambiente.

Esporte e Lazer

Proposta: Incentivo a pratica desportiva.

Descrição: Organização de programas e projetos de desporto e lazer identificados com os interesses, necessidades e expectativas da comunidade envolvida; realização de campeonatos e eventos desportivos, com o patrocínio do governo estadual do Maranhão e municipal de Rosário.

Responsáveis: Secretaria de Esporte e Lazer; Secretaria de Educação; Secretaria de Cultura e Turismo.

Roteiros Integrados

Proposta: Planejamento e desenvolvimentos de roteiros integrados com municípios vizinhos.

Descrição: Elaboração de roteiros turísticos integrados com municípios vizinhos; Formação de parceria com outras prefeituras, principalmente das próximas como Morros e Barreirinhas, para que o turista, ao passar pela cidade de Rosário, conheça os seus atrativos turísticos.

Responsáveis: Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos; Secretaria de Cultura e Turismo; Comunidade; e Secretaria de Infra-estrutura.

A administração pública municipal é a primeira célula, pois é ali que nasce a vontade de desenvolver-se turisticamente. As principais funções da administração municipal são: o planejamento, a melhoria da cidade e a criação de uma sinalização turística disponibilizando informações turísticas através de postos integrados aos diversos órgãos públicos para realizações de eventos para promover a cidade. Entretanto, é indispensável que administrações municipais e a comunidade atribuam a devida importância às atividades turísticas e compreendam que o município pode ser considerado a estrutura mais importante da atividade turística.

O município de Rosário tem a possibilidade do desenvolvimento da atividade turística sendo de grande importância realizar um planejamento turístico para a cidade.

O turismo, enquanto atividade social e econômica está sujeito a uma série de determinantes naturais e culturais, controláveis e não controláveis, que devem ser ponderados, pois podem, constituir-se em elementos de atração ou de redução dos seus fluxos e benefícios (BAHL, 2004, p. 13).

O tratamento econômico do turismo solicita uma abordagem que observe o lado da análise científica e a consideração do elemento humano que é de grande importância em sua manifestação.

A economia é parte do humanismo científico, porque o fato econômico é um aspecto do fato humano. As categorias econômicas do turismo têm que possuir uma específica personalidade, sem perder seu rigor científico; devem ser suficientemente flexíveis para estudar o fenômeno turístico de uma maneira real e, por sua vez, para poder integrar-se nas categorias econômicas gerais.

Outro ponto importante seria diminuir a desigualdade social, como enfatiza (WAHAB, 1977, p. 155):

A demanda turística é muito sensível às condições sócio-políticas e às mudanças de moda em viagens. Regiões, independentemente dos preços oferecidos, mas, passando por distúrbios político e subvenções sociais não gozarão de boa atratividade como centros turísticos.

A desigualdade social acontece quando a distribuição de renda é feita de forma diferente sendo que a maior parte fica nas mãos de poucos. Portanto, os municípios têm o compromisso de construir um movimento de mobilização social, de um planejamento participativo, de forma que possam ser formadas parcerias para a solução dos problemas sociais e ambientais, a partir da análise do cenário atual e da

proposição de ações integradas e sistêmicas que envolvam as dimensões econômica, social, ambiental e político-institucional da localidade.

As propostas elaboradas são de fundamental importância para o desenvolvimento da atividade turística no município, tendo em vista que a renovação da Secretaria de Cultura e Turismo torna-se necessária para o direcionamento do setor turístico na região. O desenvolvimento de roteiros integrados é uma estratégia para a promoção do turismo regional, haja vista que o município é cercado de cidades com grande potencial turístico, tendo a divulgação e a promoção dos atrativos locais, assim como a marca Rosário, um papel importante para a expansão e ampliação do roteiro.

A comunidade é um componente determinante na gestão do fenômeno turístico, portanto, o incentivo de atividades que gerem bem estar, emprego e renda para a população são fundamentais para o incremento da atividade turística. A atividade turística deve ocorrer de maneira integrada, comunidade e governo.

6 CONCLUSÃO

Este trabalho tratou das ferramentas estratégicas aplicadas na gestão pública do turismo, dando ênfase às concepções e análise de posicionamento para o município de Rosário no estado do Maranhão.

O planejamento ocorre em todos os tipos de atividade e é o processo básico pelo qual são decididos quais são os objetivos e como serão atingidos. Assim, um bom planejamento precisa seguir um roteiro de atividades fundamentais básicas, como: a avaliação das condições, que consiste em reconhecer nas condições atuais; inadequações que influem na mudança; o fator tempo, onde o planejamento pode ser visto a curto, médio e longo prazo; os problemas de previsão que reúnem um elenco de procedimentos e técnicas para prognosticar condições e eventos possíveis de ocorrer no futuro. Dessa forma, a utilização de ferramentas estratégicas é importante para a efetivação desse processo.

O planejamento turístico é responsável pelo controle e pela organização dos impactos positivos e negativos gerados pela indústria turística. No âmbito da atividade turística, o planejamento se torna fundamental para obtenção de resultados positivos e com o mínimo possível de erros.

O foco deste estudo foi a cidade de Rosário – MA, localizada na Mesorregião Norte Maranhense, sendo uma das regiões mais próximas da capital maranhense e que possui um vasto território que precisa ser melhor ordenado e explorado. Em Rosário podem ser destacadas as seguintes festas tradicionais: festejo junino, carnaval, micarroça, lava-pratos carnavalesco.

A produção agrícola de Rosário consiste de mandioca, arroz, milho e feijão. A produção extrativa vegetal é madeira, amêndoas de babaçu e carvão vegetal. Na pecuária tem-se a criação de aves, bovinos, suínos, bubalinos, eqüinos e caprinos. Sua produção animal consiste de ovos e leite.

No que se refere aos serviços de infra-estrutura turística, a cidade conta com um serviço razoável, mas que ainda deixa a desejar em vários aspectos. A cidade dispõe de um número razoável de estabelecimentos hoteleiros, em relação à estrutura destes hotéis pode-se dizer que atente ao padrão básico de conforto.

Rosário possui uma variedade culinária muito grande, tanto em termos de diferentes cozinhas quanto de produtos. Entretanto, a gastronomia local ainda não é explorada, os atrativos gastronômicos precisam ser trabalhados de acordo com o

contexto que está inserido, pois é preciso atender às preferências dos turistas e manter a autenticidade dos elementos culturais. A cidade é carente de diversão noturna e as casas que oferecem tal diversão ainda deixam muito a desejar em vários aspectos como, por exemplo, criatividade, organização e segurança.

Durante a semana, o tipo de turismo desenvolvido em Rosário é o turismo de negócios. Entre as suas atrações turísticas culturais tem-se no município a arquitetura religiosa, ou seja, a Igreja da Matriz da cidade, tida como ponto de referência da cidade. Existem também duas ruínas interessantes: as ruínas da Estação e as ruínas do Forte do Calvário. Em relação aos atrativos naturais, Rosário possui o Rio Itapecurú, a Cachoeira de Vera Cruz e uma zona rural surpreendente, repleta de igarapés, propícia para realização do turismo ecológico.

A pesquisa junto aos moradores identificou que a principal ocupação dos pesquisados é de autônomos, com 36%; a maioria, 86% reside na localidade há mais de 10 anos; a maioria dos entrevistados, 54% acredita que a cidade está em péssimo estado de conservação; 90% acredita que a cidade não possui nenhuma atração turística; 82% diz ser impossível a implantação do turismo na cidade; 94% acha que todos os setores devem ser incentivados para a melhoria do turismo na cidade; 60% revelou que talvez possa existir algo em particular que poderia tornar Rosário mais atraente; 56% acredita que o maior benefício que o turismo trará para a cidade será mais renda.

Com relação aos turistas identificou-se que 50% destes são de São Luís; 58% vão à cidade visitar parentes e amigos; 40% usam o carro próprio como meio de transporte; 90% opinaram que não viram nenhuma propaganda sobre a cidade; 100% disseram que ficaram sabendo sobre a cidade através de informações de terceiros; 36% dos turistas passam mais de uma semana na cidade; 44% revelaram que raramente vão à cidade; 58% se hospedam na casa de parentes ou amigos; 58% realizam as refeições na residência dos parentes ou amigos; 78% acreditam que Rosário talvez possua algo em particular que poderia tornar a cidade mais atraente; a maioria, 58%, caracterizam a cidade como regular. Quando perguntados se voltariam à cidade em alguma outra oportunidade, 50% responderam que sim e 50% respondeu talvez.

Com base nestes resultados conclui-se que, os atrativos naturais e culturais representam os principais produtos com potencial turístico a serem explorados. Esses potenciais serão adequados primeiramente para demanda

estadual. Quanto à locomoção dos turistas até o núcleo receptor não haverá problema, pois as vias de acesso estão em perfeito estado de conservação e o município possui uma localização favorável, tendo em vista está situado na principal rota turística do Estado do Maranhão, que é o Parque dos Lençóis. Na zona rural os atrativos naturais e culturais estão presentes faltando-lhe somente um planejamento adequado, alguns pontos específicos podem ser sugeridos como propostas de ações para o município de Rosário.

Para Rosário, o principal ponto fraco é a inexistência de planejamento e apoio administrativo por parte da prefeitura da cidade, tornando-se o principal entrave para que o município tenha uma atividade turística mais expressiva. O que ocorre atualmente é que o município não possui um planejamento local, a existência de uma carência técnica e profissional e a deficiência quantitativa e qualitativa dos equipamentos e serviços oferecidos na cidade.

As oportunidades para o município, estão intimamente ligadas à atividade turística, pois se trata de um município que possui potencial turístico para se desenvolver vários projetos e programas que passam desde a valorização da cultura local até a geração de emprego e renda, sem que ocorra o êxodo rural.

Como foram vistos, os pontos fracos do município de Rosário podem desencadear algumas ameaças à atividade turística. Mas as que mais preocupam são a não geração de emprego e renda e a degradação dos recursos naturais e culturais sendo que estes últimos são vistos como principais atrativos para o desencadeamento da atividade turística.

Aqui foram elencados alguns pontos de maior importância sobre a atividade turística no município de Rosário e como esta atividade vem sendo percebida, tanto pelos moradores quanto pelos visitantes. Este estudo foi resultado de inúmeras pesquisas que foram abordados nos capítulos anteriores, que após o diagnóstico, período de investigação, conhecimento, levantamento de dados, reflexão e análise da realidade do núcleo receptor, onde foram realizados o diagnóstico da oferta turística e a caracterização da demanda turística.

Espera-se que os dados obtidos neste trabalho sirvam para orientar e melhorar a oferta básica e turística, a política de *marketing*, a atualização e a ocupação de solos, a preservação do meio ambiente e também a preservação dos valores culturais e históricos da população.

REFERÊNCIAS

ALBERS, Henry H. **Princípios de administração**. Tradução do Comt. Fernando Hollando, Revisão de A. Nogueira de Faria. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1977.

ACSELRAD, Henri. Sentidos da Sustentabilidade Urbana. In: **A duração das cidades: sustentabilidade e risco nas políticas urbanas**. Henri Acselrad (org). Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

ASCANIO, Alfredo. **Turismo e planejamento hoteleiro: avaliação econômica e ambiental**. Tradução Marylene Pinto Michael-Campinas, SP: Papyrus, 2003, Coleção Turismo.

ÁVILA, Vicente Fideles de et al. **Formação educacional em desenvolvimento local: relato de estudo em grupo e análise de conceitos**. Campo Grande: UCDB, 2000.

BAHL, Miguel. **Turismo e eventos**. Curitiba: Prottexto, 2003.

_____. **Viagens e roteiros turísticos**. Curitiba: Prottexto, 2004.

BENI, Mário C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2001.

BOITEUX, Bayard; WERNER, Maurício. **Planejamento e organização do turismo: teoria e prática**. São Paulo: QualityMark, 2003.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRASIL. EMBRATUR. **Plano nacional de turismo. Diretrizes e programas para 2003-2007**. Brasília, 2003. Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br>> Acesso em 26/05/2008.

BRASIL. IBGE. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>, 2000. Acesso em 26/05/2008.

BULZONI, Marcelo; Catai, Henrique; Molina, Santra Rita; Simonato, Mauricio Fernandes; Schnorr, Raquel Terezinha Della Meã; Oliveira, Edílson de; **O ambiente rural é turístico: manual para elaboração de inventário turístico em propriedades rurais**. Ribeirão Preto: Autores, 2006.

- CAVACO, Carminda. Turismo rural e desenvolvimento local. In: RODRIGUES, Adyr A. B. (org.). **Geografia e turismo: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Hucitec, 1996, p. 94-121.
- CRUZ, Rita de C. A. da. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.
- DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo: Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.
- FAGLIARI, Gabriela Seuta. **Turismo e alimentação: análise introdutórias**. São Paulo: Roca, 2005.
- GIL, J. **Oportunidades y Amenazas de “La Cara Brasileña” para la Promoción Turística Internacional de Brasil en la “Sociedad de Ensueño”**. Dissertação de Mestrado apresentada na Escuela Oficial de Turismo de la Universidad de Alicante – Espana, 2004.
- JENSEN, R. ***The Dream Society – How the Comino Shift from Information to Imagination Hill Transform your Business***. MacGraw Hill, New York, 1999.
- JURAN, Kel. Marketing. **Revista Exame**. Março de 2000. Ano IV.
- KOONTZ, Harold; O'DONNELL, Cyril. **Princípios de administração: uma análise das funções administrativas**. Primeiro volume. São Paulo: Pioneira, 1980.
- KOTHLER, Philip; HAIDER, Donald H.; REIN, Irving. **Marketing Público: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países**. Makron: Books, 1995.
- KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Tradução Contexto traduções, São Paulo: Aleph, 2001.
- KWASNICKA, Eunice Laçava. **Introdução à Administração**. Edição Revista e Ampliada. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- LAGE, Beatriz H. G.; MILONE, Paulo C. **Turismo: Teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.
- LICKORISH, Leonard John; JEKINS, Carson L. **Introdução ao turismo**. Tradução Fabíola de Carvalho S. Vasconcelo, Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MARANHÃO (Estado). Portal do Governo do Estado. Disponível em <http://www.ma.gov.br/cidadao/estado/geografia/clima.php>. Acesso em 26/05/2008.

_____.Tribunal Regional Eleitoral - MA. Disponível em http://www.tre.ma.gov.br/eleicoes/elei_2004/2004_inter.htm. Acesso em 26/05/2008.

_____.**Perfil do Maranhão 91/92**. São Luís: guias e catálogos Ltda.

MEGALE, Nilza Botelho. **Folclore Brasileiro**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

MENDONÇA JÚNIOR, Érico Pina. **Marketing & Competitividade no Turismo da Bahia**. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, 2004.

MINAYO, M. C. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo, Rio de Janeiro: Abrasco, Hucitec, 1992.

MOLINA, S. **Planejamento integral do turismo**. Bauru: Edusc, 2001.

NOBRE, Marcos; AMAZONAS, Maurício de Carvalho. **Desenvolvimento Sustentável: a institucionalização de um conceito**. Brasília: Ed.IBAMA, 2002.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 13.ed. São Paulo: Atlas,1999.

PESQUISA DIRETA. **Pesquisa de campo em documentos oficiais e junto à população da cidade**. Rosário, 2008.

PETROCCHI, Mário. **Planejamento e Gestão**. São Paulo: Caramelo, 1999.

PIRES, Mário Jorge. **Lazer e Turismo Cultural**. 1. ed. brasileira. 2001. São Paulo: Manole, 2001.

PORTUGUEZ, Anderson P. **Agroturismo e desenvolvimento regional**. São Paulo: Hucitec, 2002.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva**. São Paulo: Campus 2004.

REIS, José de Ribamar Sousa. **Bumba-meu-Boi, O Maior Espetáculo Popular do Maranhão**. São Luís: SIOGE, 2001.

ROCHA, Henrique Martins. Cenários prospectivos: ferramentas estratégicas para obtenção e manutenção da vantagem competitiva das organizações. **Revista Eletrônica de Ciência**. Rio Grande do Sul. nº12, nov/dez, 2002.

RONÁ, Ronaldo Di. **Transportes no turismo**. 1. ed. brasileira. São Paulo: Manole Ltda, 2002.

RUSCHMANN, D. van de M. **Turismo e desenvolvimento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 3. ed. Campinas: Papyrus, 1999.

SALLES. Mary Mércia G. **Turismo Rural: inventário turístico do meio rural**. São Paulo: Campinas, 2003.

SANTOS, C. R. **Novas fronteiras e novos pactos para o patrimônio cultural**. São Paulo em Perspectiva, v.15, n.2, p.43-48, 2001.

SERRA, Maria Cândida S. Torres et al. **Administração estratégica: conceitos, roteiro pratico e casos**. Rio de Janeiro: Reichmann&Affonso Editores, 2004.

SHAPIRO. Harry L. **Homem, cultura e sociedade**. Tradução G. Robert Coracy, Joann E. Coracy, Margarida Maria C. Oliva. 3. ed. bras. Rev. e ampl. São Paulo: Martins Fontes, 1982.

SILVA, Antonio Luiz de Paula e. **Utilizando o planejamento como ferramenta de aprendizagem**. 2. ed. São Paulo: Global, 2004.

SILVA, Rosalino Xavier. **Rosário**.1988.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: Gestão e marketing**. v. 4. Tradução Esther Eva Horovitz, São Paulo: Aleph, 2000.

TARAPANOFF, Kira. **Inteligência Organizacional e Competitiva**, 2001.

WAHAB, Salah-Eldin Abdel. **Introdução à administração do turismo internacional: teoria e prática**. Tradução de Luiz Roberto de Moraes Junqueira. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1988.

YÁZIGI, Eduardo. **Turismo uma esperança condicional**. 3. ed. São Paulo:Global 2003.

ANEXOS

ANEXO I – LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA

Distância entre Rosário e outros municípios

CIDADE	DISTÂNCIA
São Luis	70 Km
Axixá	27 Km
Presidente Juscelino	22 Km
Bacabeira	12 Km
Santa Rita	30 Km
Barreirinhas	171 Km
Morros	27 Km
Icatú	31 Km
Humberto de Campos	101 Km
Santo Amaro	129 Km
Primeira Cruz	108 Km
Cachoeira Grande	23 Km

ANEXO II – TABELA DE HORÁRIO DE TRANSPORTE

Horário dos ônibus que se deslocam de São Luis para a cidade de Rosário de segunda a sábado.

HORÁRIO	DESTINO
06:00	Barreirinhas via Rosário / Morros
07:00	Rosário
08:30	Presidente Juscelino via Rosário / São Simão, Bom Tempo
08:45	Barreirinhas via Rosário / Morros, Massalina
09:00	Icatu via Rosário/ Riach, R Vaz, Santa Rosa, Morros
10:00	Axixá via Rosário, São Simão
12:00	Humberto de Campos Via Rosário / Morros
13:00	Rosário
14:00	Barreirinhas via Rosário / Morros, Massalina
16:00	Axixá via Rosário, São Simão
16:30	Humberto de Campos Via Rosário / Morros
17:30	Icatu via Rosário/ Riach, R Vaz, Santa Rosa, Morros
18:00	Presidente Juscelino via Rosário / São Simão, Bom Tempo
19:00	Barreirinhas via Rosário / Morros, Massalina
19:30	Rosário

Horário dos ônibus que se deslocam de São Luis para a cidade de Rosário domingos e feriados.

HORÁRIO	DESTINO
06:00	Barreirinhas via Rosário / Morros, Santo Amaro
08:00	Axixá via Rosário
08:30	Presidente Juscelino
08:45	Barreirinhas via Rosário / Morros
9:30	Icatu
13:00	Rosário
14:00	Barreirinhas via Rosário / Morros, Santo Amaro
16:30	Humberto de Campos via Rosário / Morros
19:00	Barreirinhas via Rosário / Morros, Massalina
19:30	Rosário

Horário dos ônibus que partem de Rosário para a cidade de São Luis de segunda a sábado.

HORÁRIO	DESTINO INICIAL
05:30	Rosário
07:00	Axixá
07:15	Presidente Juscelino
08:30	Humberto de Campos
09:00	Icatú
10:30	Rosário
11:45	Barreirinhas
13:00	Presidente Juscelino
14:00	Axixá
14:45	Humberto de Campos
16:00	Rosário
16:45	Barreirinhas
18:00	Rosário
21:00	Barreirinhas

horário dos ônibus que partem de Rosário para a cidade de São Luis domingos e feriados.

HORÁRIO	DESTINO INICIAL
07:00	Rosário
09:00	Rosário
11:45	Barreirinhas
16:00	Rosário
16:45	Humberto de Campos
18:00	Rosário
18:30	Icatú
18:45	Axixá
21:00	Barreirinhas

ANEXO III – LOCALIZAÇÃO DAS ESCOLAS

ESCOLAS ESTADUAIS URBANAS

ESCOLA	ENDEREÇO	DIRETOR	GRAU	HORÁRIO
Centro de Ensino Luiza Sousa Gomes	Rua Santa Luzia nº 327, Centro.#3345-1657	Josenilson Duarte Moraes	Fundamental e Médio	7:15 as 11:45; e 13:15 as 18:00
Centro de Ensino Professor Joaquim Santos	Travessa José Machado sn, Centro	Ozínia Salomão Rocha	Fundamental maior, menor e médio.	Matutino, vespertino e noturno
CEEFM Mons. Luis Alves Madureira	Rua 13 de maio s/n, Centro	Ana Alice Carvalho	Ensino Fundamental de 5ª a 8ª, Ensino Médio 1º a 3º	07:00 as 11:45; 13:00 as 17:45; e 19:00 as 22:20
Centro de Ensino Raimundo João Saldanha	Rua Heráclito Nina s/n, Centro.	Maria de Jesus Silva Cunha	Fundamental maior (1ª a 8ª), menor (1ª a 3ª) e médio	07:15 as 11:45; 13:00 as 17:45 ; e 19:00 as 22:20
Centro de Ensino Benedito Leite	Rua Dr. José Domingues nº 110, Centro. # 3345-3156	Ildenira Cantanhede de Brito	Fundamental (4ª a 8ª), médio (1ª e 2ª)	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Integrada Joaquim Ribeiro Bogéa	Rua Benedito Leite, Centro.	Lucenilde Aquino	Fundamental de 1ª a 8ª	07:15 as 11:40; e 13:15 as 17:40
Unidade Integrada José Maria Saldanha	Rua Eurico Macedo nº 2129, Centro.# 3345-3116.	Rosilda Costa Caires	Fundamental menor e maior 1ª a 8ª.	07:15 as 11:30; e 13:15 as 17:45
Unidade Escolar São Vicente de Paula	Av. Vitorino Freire s/n, Centro	Maria do Socorro Silva Marques	Ensino Fundamental maior e menor 1ª 4ª	07:15 as 11:30; e 13:15 as 17:30
Unidade Escolar Professor Fernando Cardoso	Travessa Joaquim Santos	Divanete	Fundamental menor (1ª a 4ª) e maior (5ª a 8ª)	07:15 as 11:30; e 13:15 as 17:30

ESCOLAS ESTADUAIS RURAIS

ESCOLA	ENDEREÇO	DIRETOR	GRAU	HORÁRIO
Unidade Integrada Jayme Tavares	Povoado São Simão	Edemir Torres	Fundamental e médio	07:15 as 11:30; e 13:15 as 17:30
Unidade Escolar Siridião Tavares	Povoado São Simão	Ana Cristina Cunha	Fundamental de 1 ^a a 4 ^a de 5 ^a a 8 ^a	07:15 as 11:30; e 13:15 as 17:30
Unidade Escolar Miguel Arcanjo	Povoado São Miguel	Diamantina	Fundamental e médio	07:15 as 11:30; e 13:15 as 17:30
Centro de Ensino Leocardia Alves Lima	Povoado São João Do Rosário	João Egídio Lima	Fundamental e médio	07:15 as 11:30; e 13:15 as 17:30

Escolas Municipais urbanas (fonte Secretaria de Educação Municipal de Rosário)

ESCOLA	ENDEREÇO	DIRETOR	GRAU	HORÁRIO
Unidade Escolar Macieira Costa	Rua Heráclito Nina s/n	Maria das Dores Silva Calvet	Ensino infantil até 4 ^o serie	Matutino e vespertino
Unidade Integrada Ana Maria Aquino Aragão	Bairro Cidade Nova	Lucenira Cantanhêde Reis	1 ^o a 9 ^o ano	Matutino e vespertino
Unidade Integrada Ruth Tavares	Bairro Vila Ivar Saldanha	Maria José Azevedo Silva	1 ^o a 4 ^o ; e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Integrada Dorotéia Queiroz	Travessa São Sebastião	Ana Clara dos s. Moreira	1 ^o a 4 ^o e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Integrada Kleper Aquino	Bairro Vila Ivar Saldanha	Wanda Cristina Ramos Ferreira	5 ^o ao 9 ^o ano e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Colégio Municipal	Rua 13 de maio, Centro	Irismar de Jesus	5 ^o a 9 ^o ano e	Matutino, vespertino e noturno

Siló Aquino		Moraes	EJA	
Unidade Integrada São Camilo de Lelles	Rua 04 nº 719, Bairro Malvinas	Leiliane Cléa dos S. Sousa	1º a 4º (5º) ano e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar Manoel Silva Cantenhede	Bairro Argentina	Irenice Verde Fernandes	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Integrada José Maria Macau	Rua Dr. José Domingues, Centro	Eliane Sousa Paiva	1º ao 9º	Matutino e vespertino
Unidade Escolar Professora Concita Cardoso	Bairro Vila Ivar Saldanha	Silvani Costa de Souza	1º a 4º	Matutino e vespertino
Pré-Escolar Brilho do Sol		Maria de Lourdes G. Moura	1º a 4º	Matutino e vespertino
Pré-Escolar Sítio do Pica-pau-Amarelo	Av. Padre Possidonio (C.S.U.)	Maria da Glória Barbosa Diniz	1º a 4º	Matutino e vespertino
Pré-Escolar o Coelho		Ana de Cássia Santos Silva	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Escolar Diná Oliveira	Bairro Jari	Cacilda Cardoso	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Integrada Santa Tereza		Késia Maria Ferreira Dutra	1º a 4º	Matutino e vespertino

Escolas municipais rurais

ESCOLA	ENDEREÇO	DIRETOR	GRAU	HORÁRIO
Unidade Escolar Alice Bezerra	Povoado Prata	Poliana	1º a 4º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Integrada Amélia Rosa	Povoado São Simão	Maria José	1º a 5º e EJA	Matutino, vespertino, noturno

Unidade Integrada Januário Carvalho	Povoado São Simão	Juanice	1º a 8º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Integrada Joel Duarte Santos	Povoado São Simão	Juanice	1º a 9º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Integrada Amália Saldanha	Povoado Nambuaçu de Baixo	Rosângela Pedroso	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Escolar Benedito de Jesus	Huimatá de Cima	não há diretor	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Escolar Bom Jesus	Assentamento Bom Jesus	não há diretor	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Escolar Concita Cantanhede	Povoado Juçaral	não há diretor / Joicy profº responsável	1º 4º	Matutino e vespertino
Unidade Escolar D. Pedro I	Povoado Olhos D'água	não há diretor	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Integrada Dep. Ivar Saldanha	Povoado São João do Rosário	Marinalva	1º a 5º ano e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Integrada Dep. Orlando Aquino	Povoado Salva Terra	Lucilia	1º a 4º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar Emília Ferreira	Povoado Cocal	Não há diretor	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Escolar Ivar Saldanha	Povoado Lentel	não há diretor / Professora responsável Rosangela	1º a 4º	Matutino e vespertino

Unidade Integrada Jorge Henrique Rocha	Povoado São Miguel	Jordana	1º a 9º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar José Aragão	Povoado Sapucaia do Izídio	não há diretor	1º a 4º e EJA	Matutino e vespertino
Unidade Escolar Manoel de Sousa Filho	Povoado Mato Grosso	Maria da Sensão	1º a 4º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Integrada Manoel Silva Cantanhede	Povoado Miranda	Maria da Paixão	1º a 4º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Integrada Maria L. Nina Pinheiro	Povoada Sapucaia	Francisca	1º a 6º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar Miguel Arcângelo Marques	Povoado Bom Tempo	não há diretor	1º a 4º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar Monteiro Lobato	Povoado Frangalho	não há diretor	1º a 4º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar Nossa Senhora Aparecida	Povoado Vila Boa Esperança	não há diretor	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Integrada Nossa Senhora\ do Rosário	Povoado Nambuaçu de Cima	Kátia	1º a 5º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar Professor Nicomedes Nascimento	Povoado Mangueira	não há diretor	1º a 4º	Matutino e vespertino

Unidade Escolar Orlando Aquino	Povoado Pirangi II	não há diretor	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Escolar Paulo Freire	Povoado Corapau	não há diretor	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Integrada Salustriano Santos	Povoado Itaipú	Maria Amália	1º a 9º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar Santa Fé	Povoado Pirangí I	Maria dos Santos	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Escolar Santa Luzia	Povoado Santa Luzia	não há diretor	1º a 4º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar Santa Madalena	Povoado Centro G. Madalena	não há diretor	1º a 4º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar Santa Terezinha	: Povoado São Benedito	não há diretor	1º a 4º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar Santana	Povoado Santana	não há diretor	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Escolar São Francisco	Povoado Jenipapeiro	Maria Vitória	1º a 4º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar São Teodoro	Povoado Maribal	não há diretor	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Escolar São Raimundo	Povoado Paissandu	não há diretor	1º a 4º	Matutino e vespertino
Unidade Escolar Sete de Março	Povoado Curimatá de Baixo	Rosangela	1º a 4º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar Teixeira de Freitas	Povoado Itamirim	Goreth	1º a 5º e EJA	Matutino, vespertino e noturno
Unidade Escolar Território do Amapá	Povoado Providencia	Irenilda	1º a 5º e EJA	Matutino, vespertino e noturno

Unidade Escolar Lucia Helena Cavalcante	Povoado Tingidor	não há diretor	1º a 4º	Matutino e vespertino
---	---------------------	-------------------	---------	-----------------------

ESCOLAS PARTICULARES URBANAS

ESCOLA	ENDEREÇO	DIRETOR	GRAU	HORÁRIO
Instituto Aniceta Assunção	Praça Benedito Leite	Thaís Coimbra	Maternal a 6ª série	07:15 às 11:40; e 13:15 às 17:40
Instituto Paula Francinete - Sementinha	Rua Augusto Rocha	Aríete Luso	Maternal a 6ª série	07:15 às 11:40; e 13:15 às 17:40
Instituto Rachel José	Rua Antonio Proença	-	-	07:15 às 11:40; e 13:15 às 17:40

APÊNDICES

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO / COMUNIDADE

1 Gênero

Masculino Feminino

2 Ocupação

Estudante Funcionário Público Autônomo
 Biscateiro Não Trabalha

3 Tempo de residência na cidade

1 a 3 anos 3 a 5 anos 5 a 10 anos
 Mais de 10 anos

4 O que você acha da cidade?

Excelente Boa Regular Péssima

5 Qual o principal problema da cidade?

Saúde Educação Segurança
 Infra-estrutura Econômico / Emprego Outros Todos

6 Quais as principais atrações turísticas da cidade?

Atrações Naturais Atrações Culturais Outras
 Nenhuma

7 Qual a possibilidade do turismo na cidade

Possível Impossível

8 Que setor dever ser incentivado para a melhoria do Turismo?

Setor Social (saúde, educação, segurança, econômico, etc)
 Infra-estrutura Administrativo Todos os setores

9 Existe alguma coisa em particular que poderia tornar a cidade mais atraente?

Sim Não Talvez

10 Na sua opinião qual o principal benefício que o turismo pode levar para o município?

Mais emprego Mais renda para a cidade
 Desenvolvimento e progresso Não traz nenhum benefício.

