

ESTUDO DAS POTENCIALIDADES E POSSIBILIDADES DE CONSOLIDAÇÃO DA ROTA PANTANAL-PACÍFICO¹

Luiz da Rosa Garcia Netto²
Milton Augusto Pasquotto Mariani³
Patrícia Helena Mirandola Avelino⁴

Professor Adjunto da Universidade Federal do Mato Grosso - UFMT
Professor da UFMS - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Professora Adjunta da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul UFMS – Três Lagoas MS.

Resumo

Este artigo vem apresentar algumas reflexões sobre as potencialidades turísticas e as possibilidades de melhor gestão dos patrimônios naturais e culturais existentes ao longo da Rota Pantanal Pacífico e do seu entorno. As abordagens reúnem alguns conceitos de turismo, enquanto atividade econômica, das que mais emprega no mundo; das que mais contribuem para a preservação da biodiversidade natural e cultural; das que menos poluem; das que contribuem para uma maior inclusão social e melhoria da qualidade de vida das populações de baixa renda. A participação que se espera dos governos nesse processo, é a de elaborarem políticas e estratégias de apoio à iniciativa privada, nada mais que isso. E do setor privado, fomento aos investimentos e a construção das estruturas de apoio, e dos produtos turísticos da Rota, gerando o esperado desenvolvimento.

Palavras Chaves: Rota Pantanal Pacífico, Turismo, Desenvolvimento.

1 Introdução

O objeto deste trabalho é o estudo das possibilidades de consolidação no centro-oeste Sul-Americano de uma Rota Turística Internacional sob a ótica do turismo, intitulada Rota Pantanal Pacífico que abrange o Brasil, Bolívia, Peru, Chile e norte da Argentina e busca a

¹ Trabalho apresentado ao GT “Turismo e Urbano e de Fronteiras na América Latina” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006.

² Professor Adjunto da Universidade Federal do Mato Grosso UFMT – Cuiabá MT, líder do **GEEPI** Grupo de Estudos Estratégicos e Planejamento Integrado (UFMT & CNPq) e membro do **DIGEAGEO** Diretrizes de Gestão Ambiental com uso de Geotecnologias (UFMS & CNPq) e-mail: urbanus@terra.com.br

³ Professor Adjunto da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul UFMS – Campo Grande MS, vice- líder do **GEEPI** Grupo de Estudos Estratégicos e Planejamento Integrado (UFMT & CNPq) e-mail: miltimari@terra.com.br

⁴ Professor Adjunto da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul UFMS – Três Lagoas MS, líder do **DIGEAGEO** – Diretrizes de Gestão Ambiental com uso de Geotecnologias (UFMS & CNPq) e membro do **GEEPI** – Grupo de Estudos Estratégicos e Planejamento Integrado (UFMT & CNPq) e-mail: patricia_geografia@terra.com.br

V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR)
Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina
Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008

integração e a cultura dos países envolvidos, uma vez que, todas as tentativas até agora estudadas e implementadas, objetivando integração, foram basicamente tentadas, sobre a ótica da economia e da logística. (Figura 01)

A integração do espaço regional deve transcender as questões econômicas para englobar questões mais inerentes à qualidade de vida das populações. A intelectualidade do nosso subcontinente deve estar engajada neste processo, com inteligência e mesmo com o sentimento cívico, livre das amarras do próprio sistema, pois o que está em jogo é o desenvolvimento e a autonomia dos países da América do Sul e a dignidade dos seus habitantes. O movimento da unidade Sul-Americana deve extrapolar os âmbitos de governos e de negócios para envolver na sua discussão todos os setores sociais – desde os empresariais, os trabalhadores, até os culturais, passando mesmo, pelos militares e acadêmicos.

Como o uso econômico, e conseqüentemente a alocação de recursos, deriva diretamente do aproveitamento racional do meio-ambiente, os acordos no âmbito da América do Sul, e por que não dizer de Mato Grosso com a Bolívia, deve levar em conta a sustentabilidade e o crescimento da economia a longo-prazo e a distribuição das suas benesses aos povos que habitam a região. Essa questão é essencial no âmbito dos acordos regionais porque representa a superação de conflitos e evita à queda da qualidade de vida. Então as políticas regionais mais do que coordenadas devem ser planejadas, gerando uma distribuição justa dos investimentos e fomentando a transmissão inter-regional do progresso entre as nações que compõem o Centro-Oeste Sul Americano.

Os estudos e as reflexões, objetivos desse trabalho tem como foco a comprovação de que eixo Brasil (Mato Grosso), Bolívia, Peru e Chile apresentam condições extremamente favoráveis para a consolidação de uma grande rota de integração cultural, social, ambiental e econômica entre os mesmos. Tendo a oportunidade de provar que o mito de que a diferença idiomática é um fator excludente não é verídico, pois, para o turismo, são justas estas diferenças que caracterizam as potencialidades: as diversidades culturais, ambientais e sociais. Este trabalho visa comprovar que, o eixo entre o Pantanal e o Pacífico, por nós denominado doravante *Rota Pantanal-Pacífico*, além de apresentar condições similares as que embasaram o sucesso das Rotas Turísticas de Santiago de Compostela, que envolve dois países europeus - Espanha e França e, do Roteiro Estrada Real entre os estados de Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro, pode ser um excelente vetor de melhoria das relações existentes entre os países que cruza. E ainda, verificar se essa nova proposta, de consolidação do turismo como

V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR)
Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina
Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008

atividade econômica de apoio, tem condições de ajudar a impulsionar os avanços, rumo à tão sonhada integração da parte central da comunidade Sul – Americana.

O Turismo pode configurar-se num futuro próximo, a base de um modelo de desenvolvimento econômico sustentado que garanta a proteção e a preservação dos recursos naturais e culturais. O modelo econômico adotado pelos governos nas últimas décadas tem levado ao esgotamento social, ambiental, cultural, econômico e emocional, transformando os cidadãos em sobreviventes e isso é bastante evidente em países considerados emergentes e subdesenvolvidos, como os sul-americanos.

Temos acompanhado nos últimos anos, tentativas e esforços de nossos governantes, em especial do governo federal, na criação de programas que tentam viabilizar a integração sul-americana. Isso tem sido feito, no entanto, com um foco meramente econômico, que não busca a valorização humana, social, cultural e ambiental. Desconsiderando-se esses valores não há modelo que se sustente ao longo dos anos. Por isso acreditamos no tripé Turismo-Cultura-Ambiente, capaz de promover articulada e estrategicamente essa integração, e que não existirá sem os fatores acima citados, inclusive os valores agregados à economia, cuja intenção não é a de excluir o econômico ou apontá-lo como um carrasco social, mas utilizá-lo de forma ordenada. Que proporcione, através da agregação de valores, o crescimento com desenvolvimento econômico e com desenvolvimento sociocultural e ambiental.

Neste trabalho, apresentamos outro “fator de complicação”, a Bolívia. País vizinho, apontado sempre como sendo dos mais pobres da América do Sul sob a ótica capitalista. No entanto, sob a ótica do turismo é o privilegiado pelas potencialidades que detém em seu território. Neste contexto, este projeto de integração Rota Pantanal-Pacífico, sugere uma rota que atravessará de leste a oeste o território boliviano, contemplando as principais zonas turísticas e suas principais cidades, proporcionando à nação boliviana a possibilidade de ser integrada turisticamente aos principais centros emissores de turistas do mundo. Assim, de problema a Bolívia passa a ser o principal país, o mais importante pelas possibilidades que apresenta.

MAPA DOS PAÍSES ENVOLVIDOS NA ROTA PANTANAL PACÍFICO



2 O Estado da Arte

Criar um conceito para turismo e defini-lo como algo que realmente o abrange em sua totalidade não é uma tarefa fácil. O que há em comum na maioria dos conceitos encontrados é que o turismo é realmente um fenômeno, seja ele econômico ou social, e até mesmo Beni (2000), que é um dos maiores estudiosos do turismo no Brasil, citado por Bissoli (1999), diz que:

“O fenômeno é tão grande que é praticamente impossível expressá-lo corretamente; ocorre em diferentes campos de estudo, em que é explicado conforme diferentes correntes de pensamento e verificado em vários contextos da realidade social.”

As várias faces da conceituação turística existem em todos os setores que a compõe, por ser uma atividade nova e principalmente por seu crescimento e seu caráter multifacetado e todas as suas interconexões com os demais setores da economia. O turismo consegue se envolver de uma forma dinâmica com os setores primários, secundários e se consolida de fato como um segmento no setor terciário. Por isso, a definição de seus produtos e serviços são também múltiplos e diferentes e, no entanto, se relacionam Boullón (2002):

“Embora seja verdade que, do ponto de vista econômico, a oferta turística não pode ser outra coisa senão um bem ou um serviço, traduzir textualmente esse conceito leva-nos a deduzir que o produto turístico é formado pelos mesmos bens e serviços que fazem parte da oferta. No que diz respeito aos bens, já foi esclarecido que são comercializados pelo turismo, sem que haja qualquer bem de consumo que se originem em um aparelho produtivo exclusivamente turístico. Quanto aos serviços, efetivamente integram o produto turístico, mas não são os únicos nem os mais importantes componentes, por que, na realidade, os serviços são mais um meio do que o fim: o fim é a prática das atividades turísticas.”

Já Andrade (1998) traz outra visão a respeito de produto-oferta turística que de fato é bastante pertinente à visão dessa pesquisa ao dizer da relação que o turismo tem ou cria com os setores da economia “O produto turístico é um conjunto de bens e serviços diversificados e essencialmente relacionados entre si, tanto em razão de sua integração com vistas ao atendimento da demanda quanto pelo fator de unir os setores primário, secundário e terciário de produção econômica.”

O produto da relação entre a produção e o consumo gera um setor dinâmico de inter-relações que é chamado de mercado. Nesse caso, constitui-se no mercado turístico, onde os produtos são criados, formatados e ordenados para serem disponibilizados como produtos turísticos prontos para a promoção e comercialização. Lage & Milone (2000) trazem uma definição bastante ampla como conceito que atende à visão implícita neste trabalho, especialmente ao citar o turismo de evento que é mercado em extrema ascensão dentro do país, bem como do continente, devido ao desenvolvimento econômico dos países Sul Americanos. E isso

empresta uma contribuição significativa a este setor específico do turismo, onde ambos se fortalecem “Chamamos de mercado turístico a interação da demanda de produtos relacionados com a execução e operacionalização das atividades que envolvem bens e serviços de viagens e afins. Esse mercado pode ser considerado como uma vasta rede de informações de modo que os agentes econômicos – consumidores e produtores – troquem informações e tomem decisões sobre a compra e a venda dos diferentes bens e serviços a sua disposição. A linguagem ou a forma de comunicação que estes agentes no turismo usam para o entendimento é feita pôr meio dos preços e de seus bens, que se constituem no principal mecanismo de todo o sistema de mercado. O turismo de eventos é a parte do turismo que leva em consideração o critério relacionado ao objetivo da atividade turística, É praticado com interesse profissional através de congressos, convenções, simpósios, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais, entre outros, e é uma das atividades econômicas que mais crescem no mundo atual.”

Ansarah (1999) conseguiu reunir vários estudiosos e lançou o livro “TURISMO: Segmentação de Mercado”, apresentando uma coletânea de autores que segmentam e definem muito bem o mercado turístico. Nessa pequena abordagem sobre a segmentação do mercado turístico, adotamos estrategicamente três conceitos, ou melhor, três definições de mercado turístico, os quais vêm de encontro com a proposta deste trabalho, pois aborda a problemática de um planejamento de longo prazo e apresentará algumas sugestões que poderão contribuir com desenvolvimento turístico, regional, nacional e internacional.

Tratando-se de mercado turístico, o objeto de estudo deste trabalho apresenta uma vasta potencialidade que poderá ser transformada em produto, enriquecendo dessa forma a oferta no mercado, como o já citado turismo de eventos e turismo rural conceituado como “Conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometida com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.⁵”

Outro mercado turístico em potencial a ser explorado e ofertado dentro dos padrões de desenvolvimento local, municipal, microrregional e estadual é o mercado do agroturismo, com a proposta de abranger extensas áreas produtivas, essencialmente em território mato-grossense, um dos maiores na produção agro-industrial brasileira, por sua localização geográfica, pela qualidade de seus solos e o clima favorável, fazendo do Estado um

⁵Pelo Ministério da Indústria, comércio e Turismo/Embratur da oficina de planejamento de turismo rural, Brasília, 1999. up Marlene Huebes Novaes: *In* Marília Gomes dos Reis Ansarah (1999) – Turismo: Segmentação de mercado.

V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR)
Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina
Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008

referencial do agronegócio brasileiro, favorecendo dessa forma o desenvolvimento de atividades turísticas no meio rural. O agro turismo é entendido...

“(...) como a modalidade de turismo em espaço rural praticada dentro das propriedades, de modo que o turista e/ou excursionista entra, mesmo que pôr curto período de tempo, em contato com a atmosfera da vida na fazenda, integrando-se de alguma forma aos hábitos locais. Tal distinção faz-se necessária, uma vez que se pode, por exemplo, praticar o turismo ambiental em espaço rural, ou seja, não especificamente no interior de uma propriedade. (PORTUGUEZ, 1999).”

O planejamento faz parte de tudo que se pretende realizar, organizar, promover, criar, enfim, está implícito em todas as atividades humanas. No turismo, o planejamento é imprescindível para o êxito da atividade e para o sucesso do empreendimento. E como o desenvolvimento desta pesquisa implica basicamente no estudo de potencialidades, nas análises serão sugeridas algumas alternativas que comprovam o objetivo da mesma, sendo, de certa forma, sugestões de planejamento.

Ignarra (1999), apud Muñoz (1996), em seu livro Fundamentos do Turismo, conseguiu conceituar da melhor maneira possível o processo de planejar, dizendo que:

“O planejamento consiste na definição dos objetivos, na ordenação dos recursos materiais e humanos, na determinação dos métodos e formas de organização, no estabelecimento das medidas de tempo, quantidade e qualidade, na localização espacial das atividades e outras especificações necessárias para canalizar racionalmente a conduta de uma pessoa ou grupo.”

Já Ruschmann (2000), entende como a melhor definição de planejamento o conceito de Estol & Albuquerque ao dizer que uma das melhores formas para abranger o planejamento é aquela que o entende como:

“(...) um processo que consiste em determinar os objetivos de trabalho, ordenar os recursos materiais e humanos disponíveis os métodos e as técnicas aplicáveis, estabelecer as formas de organização e expor com precisão todas as especificações necessárias para que a conduta da pessoa ou do grupo de pessoas que atuarão na execução dos trabalhos seja racionalmente direcionada para alcançar os resultados pretendidos.”

Existem inúmeros conceitos de planejamento devido ao fato de ser algo primordial em todas as áreas, em todos os segmentos e atividades. Uma das melhores definições de conceito de planejamento já encontrado foi o de Bissoli (1999), ao afirmar que:

“O planejamento turístico é um processo que analisa a atividade turística de um determinado espaço geográfico, diagnosticando seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação mediante o estabelecimento de metas, objetivos, estratégias e diretrizes com os quais se pretende impulsionar, coordenar e integrar o turismo ao conjunto macroeconômico em que está inserido. Deve se entender como uma ação social, no sentido de que vai ser dirigido à comunidade, e racional, na medida em que é um processo que tende a estabelecer uma série de decisões com um alto grau de racionalização.”

V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR)
Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina
Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008

Quando se pensa em planejar o turismo é necessário pensar nas várias fases do planejamento, na sua aplicabilidade, sua viabilidade econômica, social e cultural, na sua importância e relevância para a base local, na sua abrangência e tempo, ou seja, delimitar todas as características desse planejamento. A proposta é basicamente chegar a um modelo de planejamento adequado para o desenvolvimento regional de uma forma estratégica, partindo do todo para o local, cabendo então demonstrar-lhes quais são essas modalidades de planejamento e qual será sugerida neste trabalho como proposta para o Centro Oeste Sul Americano.

Beni (2000) nos diz que o planejamento regional do turismo:

“É um conjunto de pólos de desenvolvimento turístico hierarquizados, unidos por uma infraestrutura comum que, em sua totalidade, contribuem para dinamizar o desenvolvimento econômico e social de extensas partes (...). O setor de turismo, que precisa ser sempre expressado e representado em sua complexa totalidade, demanda um tipo de planejamento a que se agrega a palavra, integrado. Indicando, com isso, que todos os seus componentes devem estar devidamente sincronizados e seqüencialmente ajustados, a fim de produzir o atingimento das metas e diretrizes da área de atuação de cada um dos componentes a um só tempo, para que o sistema global possa ser implementado e imediatamente passar a ofertar oportunidades de pronto acompanhamento, avaliação e revisão.”

Para que esse planejamento estratégico realmente alcance a ordenação adequada de todos os recursos envolvidos será preciso estar intrínseco em sua metodologia a sustentabilidade. Na mais abrangente forma possível, como a sustentabilidade do espaço, da sociedade, da economia e, é claro, dos recursos naturais. Oliveira (2000) nos traz alguns conceitos de sustentabilidade que nos dão uma dimensão do ideal sustentável. Para ele a “Sustentabilidade espacial baseia-se na distribuição geográfica mais equilibrada dos assentamentos turísticos para evitar a super-concentração de pessoas, de equipamentos e de infra-estrutura turística e, conseqüentemente, diminuir a destruição de ecossistemas frágeis e a deterioração da qualidade da experiência do turista.”

Dentro das abordagens turísticas, nota-se claramente a existência de um tripé que movimenta tal segmento: economia, ecologia e sociedade. Quando se fala em sustentabilidade, em processos de desenvolvimento, sejam eles turísticos ou não, estarão sempre gerando interferências econômicas em bases ecológicas, ou vice-versa, o que resultará num conceito cultural de sociedade. E em meio a esse tripé é que surgem as discussões sobre a sustentabilidade, mais precisamente a ecológica. Podem existir culturas e sociedades que de forma natural adotam procedimentos voltados a ações preservacionistas e outras que são embasadas meramente por interesses econômicos.

V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR)
Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina
Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008

Faria (2001) aborda outro ponto de vista conceitual ao citar Holling (1993) a respeito da sustentabilidade ecológica, e diz que

“Existe uma imprevisibilidade inerente ao desenvolvimento sustentável resultante do desconhecimento e da imprevisibilidade inerente à evolução de sistemas manejados e às sociedades às quais eles estão ligados. O ponto essencial é que a evolução de sistemas requer políticas e ações que não apenas satisfaçam os objetivos sociais, mas que, ao mesmo tempo, atinjam continuamente o entendimento das condições de evolução e forneçam flexibilidade para a adaptação às surpresas.”

Para pausar as abordagens sobre sustentabilidade por enquanto, uma vez que, no desenvolver desse trabalho irá se discutir muito sobre esse tema que é polêmico, que sempre causam controversas e discussões, assim como diz Lemos (2001) “Se nos discursos de órgãos e governos nacionais e internacionais todos se referem enfaticamente ao chamado Desenvolvimento Sustentável, não há como realmente implantá-lo sem incorporar as populações locais nesse processo.”

O planejamento pela sua essencialidade em tudo que promove é algo que gera várias modalidades e diferentes conceitos, e a respeito disso poderiam ser demonstrados pensamentos e teorias distintas de planejamento especialmente por se tratar de desenvolvimento sustentável. Já que para essa proposta os dois são indissociáveis, para finalizar a definição de planejamento turístico e o mesmo com ações sustentáveis, vale citar um método apresentado por Boullón (2002), na realidade uma característica, que nesse caso funciona como uma sugestão metodológica “O planejamento físico é uma técnica que pertence às categorias experimentais do conhecimento científico. Sua finalidade é o ordenamento das ações do homem sobre o território, e ocupa-se em resolver harmonicamente a construção de todo tipo de coisas, bem como em antecipar o efeito da exploração dos recursos naturais.”

Vale considerar que a atividade turística processa basicamente duas matérias primas: os recursos naturais e culturais, formatando-as e ofertando-as como produtos no mercado turístico como condicionantes do desenvolvimento da atividade.

Assim, vale associar os aspectos conceituais sobre o uso das geotecnologias como ferramentas importantes, na produção de mapas para o Turismo. As excelentes oportunidades do conhecimento dos diversos fenômenos geográficos, através das representações gráficas e cartográficas, ganham importância cada vez mais acentuada no contexto do desenvolvimento, principalmente na identificação das peculiaridades de um lugar, como as atividades conexas ao turismo. Mirandola & Garcia Netto (2007), apresentam o Instrumento e as técnicas que são

V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR)
Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina
Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008

relevante como fonte de dados para o desenvolvimento das atividades turísticas, desde o processo de planejamento, marketing turístico, até a efetuação do reordenamento territorial.

No campo científico, o processo de investigação físico-territorial vem se beneficiando com o progresso das Geotecnologias. As representações cartográficas são fundamentais para o conhecimento de territórios a fim de assegurar os privilégios para as atividades públicas e privadas, sejam urbanas ou rurais.

Geotecnologias, geoprocessamento, SIG – esses termos técnicos vêm ganhando espaço em diversos campos da ciência geográfica, considerando que a Geografia apresenta uma visão holística do sistema-mundo e por isso pode e tem contribuído para a leitura dos elementos responsáveis pela produção do espaço geográfico em múltiplas escalas.

O setor turístico utiliza-se de um número imensurável de informações englobando dados geográficos e sócio-econômicos, que precisam estar atualizados e disponíveis à população, para viabilizar a gestão do negócio, seja público ou privado. Há, também, a necessidade de estudos freqüentes sobre as possibilidades de expansão para novas áreas e novos campos de empreendimentos.

A quantidade e o tipo de dados do setor turístico demandam uma ferramenta de gerenciamento que se defronta com a carência de um instrumento que aperfeiçoe o armazenamento, análise e manipulação desses dados. Para o setor, um aspecto de grande importância é a necessidade de interligar um banco de dados com a localização espacial dos pontos turísticos ou de interesse turístico.

No contexto do turismo, Beni (2003) esclarece que a importância dos mapas reside na grande quantidade de informação acumulada, a partir da qual é possível ter um panorama geral de uma zona e, por sua vez, conceitos ou características de uma parte pequena com detalhes muitos significativos; citando como referência as cartas topográfica, geológica, pedológica, uso do solo, clima, urbano e a carta turística.

Assim, a utilização de um Sistema de Informações Geográficas (SIG) associado com um CAD (Computational Advanced Design), em uma região de potencial turístico, subsidiaria o gerenciamento e a disponibilização de informações rápidas e precisas para comunidade e órgãos afins. A idéia de mapeamento da RPP está em consonância com o Programa Nacional de Regionalização do Turismo, do Ministério do Turismo, que busca a criação de novos produtos turísticos, inclusive para atrair o turista internacional.

Considerando a carência de meios de informações sobre o potencial turístico de rotas já existentes ou em fase de implantação a falta de mapeamentos pode se tornar um empecilho ao

desenvolvimento econômico das regiões que nela se inserem. É preciso que exista além das informações levantadas por meio das pesquisas de campo uma divulgação rápida e precisa desses dados. Para o mapeamento de uma rota turística é necessário conhecer a distribuição geográfica de recursos naturais, de ocupação e uso do solo e de intervenções humanas, esses dados sempre interessam aos administradores públicos.

3 Procedimentos Metodológicos

A integração Sul Americana em muito lembra aqueles ideais que para se tornarem realidade necessita de algo bem mais do que a descoberta e descrição de fatores que possibilitam ou não a sua viabilização. As diferenças presentes entre os inúmeros espaços, e não estamos nos referindo ao espaço físico, mas sim aos espaços culturais é tão grande que para descobrir a “chave mestra” de abertura das fronteiras é inevitável compreender e tornar claro essa questão.

Com esse objetivo, a equipe de trabalho se organizou e cada pequeno grupo criou o seu objetivo menor para atender os vários campos de informações que posteriormente se converteram em resultados pra compor todo o cenário presenciado. Sendo assim, o objetivo principal da temática relacionada com as paisagens cênicas é apresentar os vários indicadores relacionados com os aspectos da Geografia da Natureza que podem ser aproveitados com a atividade turística, além de enumerar os já existentes.

Durante a Expedição foram levantados:

- 1- O registro dos aspectos paisagísticos ao longo do trajeto percorrido;
- 2- A descrição dos aspectos paisagísticos ao longo do trajeto percorrido;
- 3- A análise dos pontos favoráveis à atividade turística, levando em consideração algumas modalidades da mesma (em execução);
- 4- A análise dos problemas que constituem em entrave a prática do turismo ao longo do trajeto percorrido (em execução).
- 5- Foi executado um levantamento fotográfico com objetivo de se manter um acervo rico das paisagens locais.

Quando o roteiro de viagem foi organizado identificamos alguns órgãos e Instituições de interesse para visitas técnicas e reuniões. Após houve todo um processo de contato e agendamento com essas Instituições. Nessas ocasiões apresentamos o projeto Rota Pantanal Pacífico em eventos específicos como palestras e conferencias, em universidades e

instituições públicas. Em todas as cidades realizamos coletivas de imprensa e distribuímos material promocional do projeto. Articulamos nossa participação em futuros eventos.

4 Resultados Alcançados

Na perspectiva da Geografia o lugar tem a conotação de nos apresentar as diferenças sobre o espaço geográfico que na visão humanizada nada mais é do que o produto das interações do homem com a natureza.

Nesta questão é de “praxe” trazer à tona a questão da paisagem, pois é ela que nos coloca, em primeira instância, a par do que seria o espaço geográfico. Neste contexto, os conceitos de paisagem e espaço geográfico são de extrema importância para as questões relacionadas com as atividades do homem, em especial com as propostas vinculadas ao turismo planejado. Os estudos de Jean Tricart, Karl Sauer & Jurandir Ross trabalharam o conteúdo teórico que dá sustentação do entendimento da dinâmica de cada lugar, com as suas particularidades.

A paisagem é dos principais aspectos que sustentam o atributo, beleza cênica, em Turismo. E ao longo da Rota essa é das potencialidades fortes... Neste sentido não poderíamos desconsiderar um bom levantamento e análise dos dados fisiográficos, pois são esses que sustentam a paisagem.

Foram levantados dados referentes aos atrativos turísticos – existem muitos patrimônios culturais e naturais, tombados Patrimônio da Humanidade. Foram feitos contatos e visitas a Departamentos institucionais em órgãos públicos e privados; Houve a apresentação do projeto Rota Pantanal Pacífico em eventos específicos como palestras e conferências em universidades e instituições públicas; coletivas de imprensa para rádio, jornais e redes de televisão; entrega de material promocional do projeto; articulação para participação em futuros eventos; e sondagem para futuras parcerias acadêmicas e técnicas. Um dos produtos que já se encontra praticamente concluído é um Banco de Imagens, com mais de 12.000 fotos. Empresarialmente, as perspectivas têm sido muito promissoras, potencializadas pelo envolvimento dos SEBRAE’s de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. E das CAINCO’s (Câmaras de Indústria e Comércio) dos países visitados.

A proposta da criação da - Rota Pantanal Pacífico foi concebida no sentido de verificar também a capacidade dos diversos grupos sociais interagir com o meio e com os processos históricos e naturais em que estão inseridos. Não de maneira dependente, mas em condição de

V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR)
Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina
Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008

criar novas realidades a partir dessas interações, levando em conta suas particularidades, seus objetivos...

Surge de uma forte tendência mundial do Turismo, que prima pela criação e formatação de grandes eixos de integração sociocultural e turística, sem deixar de atentar para a sustentabilidade da natureza, do território, do povo e da economia, dos locais. Tais como se consolidaram as rotas de Santiago de Compostela, entre Espanha e França; A das Missões entre Brasil, Argentina e Paraguai; A da Estrada Real no Sudeste brasileiro entre os Estados de Minas Gerais, São Paulo e Rio Janeiro e, mais recentemente a Travessia Pantaneira entre Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. Todas essas rotas se consolidaram pelas riquezas que apresentam, em termos de recursos naturais e culturais que abrangem e que contribuem significativamente para a integração das comunidades locais e a fomentação do processo de desenvolvimento regional. Por tanto, uma vez que o projeto em questão, que tem por missão “liderar, promover e viabilizar a integração Centro-Sul Americana”, através do turismo, do comércio e da cultura, e visa a cooperação multilateral entre as nações, esperamos que tudo isto permita representar no futuro, também um avanço da diplomacia regional.

Referências

ACERENZA, Miguel Angel. *Promoção Turística: Um Enfoque Metodológico* – São Paulo: Pioneiro, 1991.

ANDRADE, José Vicente de. *TURISMO Fundamentos e Dimensões*. São Paulo: Ática, 1998.

ANDRADE, José Vicente. *Fundamentos e Dimensões*, 3º edição, São Paulo – SP, Ática, 1997.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. *TURISMO Segmentação de Mercado*. São Paulo: Futura, 1999.

BELTRÃO, Otto di. *Turismo: a indústria do século 21*. 1. ed. Lorena: Stiliano, 1999.

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. 3. ed. São Paulo: SENAC, 2000.

BISSOLI, Maria Angela Marques Ambrizi. *Planejamento Turístico Municipal, com suporte em sistemas de informações*. São Paulo: Futura, 1999.

BOULLÓN, Roberto C. *Planejamento do espaço turístico*; tradução: Josely Vianna Baptista. Bauru: EDUCS, 2002.

V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR)
Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina
Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008

BRASIL. *Proposta de reestruturação do Programa de Desenvolvimento da Faixa de Fronteira*. Ministério da Integração Nacional, Secretaria de Programas Regionais, Programa de Desenvolvimento da Faixa de Fronteira. Brasília: Ministério da Integração Nacional, 2005. Disponível em <http://www.integracao.gov.br/publicacoes>.

COURLET, Claude. *Globalização e fronteira*. Ensaio FEE, Porto Alegre, v.17, n. 1, p.11-22, 1996.

DIAS, Reinaldo. *Planejamento do Turismo*. São Paulo: Atlas, 2003.

FARIA, Dóris Santos de e Kátia Saraiva Carneiro. *Brasília*: Universidade de Brasília, 2001.

GOLIN, Tau. *A Fronteira: governos e movimentos espontâneos na fixação dos limites do Brasil com o Uruguai e a Argentina*. Ed. L&PM. Porto Alegre. 2004.

Guias Turiscom. *Camping*. 21ed. Chile : Turismo y comunicaciones S.A. Tuiscom. 2005. 170p.

IGNARRA, Luiz Renato. *Fundamentos do Turismo*. São Paulo: Pioneira, 1999.

LAGE, Beatriz Helena Gelas, MILONE, Paulo Cesar. *Turismo: teoria e prática*. – São Paulo: Atlas 2000.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura um conceito antropológico*. 11. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zagar, 1997.

LEMOS, Amalia Inês G. de. *Turismo: impactos socioambientais*. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

LICKORISH, Leonard J. e JENKINS, Carson L. *Introdução ao Turismo*. Tradução Fabíola Carvalho S. Vasconcellos. Rio de Janeiro. Campus, 2000.

MATTOS, Carlos de Meira. *Brasil, geopolítica e destino*. Rio de Janeiro. Biblioteca do Exército, J. Olympio, 1975.

MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL – Min. 2005. *Proposta de Reestruturação do Programa de Desenvolvimento da Faixa de Fronteira*. Bases de uma Política Integrada de Desenvolvimento Regional para a Faixa de Fronteira. Brasília: Grupo RETIS, IICA.

MIRANDOLA, Patrícia Helena Avelino. GARCIA NETTO, Luiz da Rosa. *Aplicação das Geotecnologias como Ferramenta de Auxílio no Mapeamento Turístico: um exemplo aplicado a Rota Pantanal Pacífico (Brasil, Bolívia, Peru, Chile e Argentina)* 8º Congresso Nacional de Geografia e 1º Internacional de Geografia – Carlos Nicholson Fefferon “GEOGRAFÍA, GLOBALIZACIÓN Y DESARROLLO SOSTENIBLE” – Arequipa Peru, 2007 [cd-multimídia]

V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR)
Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina
Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008

MODDIE, A. E. *Geografia e política*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1965.

MOLINA, E., Sergio. *Planejamento integral do Turismo: um enfoque para a América Latina*; tradução: Carlos Valero. Bauru: EDUCS, 2001.

MUYLAERT, Roberto. *Marketing cultural & comunicação dirigida*. 4. ed. São Paulo: Globo, 1995.

OLIVEIRA, Antonio Pereira, *Turismo e Desenvolvimento*. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2000.

OMT – Organização Mundial do Turismo. *Projeções Mundiais do Turismo*. Disponível em: www.unwto.org, acessado em outubro de 2006.

Pearce, Douglas G., *Geografia do Turismo: fluxos e regiões no mercado e viagens*. Tradução Saulo Krieger. São Paulo: Aleph, 2003.

PETROCCHI, Mario. *Turismo, Planejamento e Gestão*. São Paulo: Futura, 2001.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. *Agroturismo e desenvolvimento regional*. São Paulo: Hucitec, 1999.

RASMUSSEN, U.W. *Manual da metodologia do planejamento estratégico: uma ferramenta científica da transição empresarial do presente para o futuro adotado para o âmbito operacional brasileiro*. São Paulo: Aduaneiras, 1990.

RUSCHIMANN, Doris Van de Meene. *Turismo: como aprender como ensinar*. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2000.