

**Universidade de Brasília**  
**CET – Centro de Excelência em Turismo**

*Pós-graduação Lato Sensu*

Curso de Especialização em Formação de Professores e Pesquisadores em Turismo e  
Hospitalidade

**“TURISMO E RECURSOS PÚBLICOS NO ESTADO DE GOIÁS**  
**DISCURSO OFICIAL E PRÁTICAS EFETIVAS**  
**(2003/2004)”**

**SEBASTIANA TÂNIA DE TOLEDO MOREIRA**

Brasília – DF  
Fevereiro / 2006

**Universidade de Brasília**  
**CET – Centro de Excelência em Turismo**

Curso de Especialização em Formação de Professores e Pesquisadores em Turismo e  
Hospitalidade

**“TURISMO E RECURSOS PÚBLICOS NO ESTADO DE GOIÁS**  
**DISCURSO OFICIAL E PRÁTICAS EFETIVAS**  
**(2003/2004)”**

**SEBASTIANA TÂNIA DE TOLEDO MOREIRA**

Maria Thereza Negrão, Doutora	Maria Thereza Negrão, Doutora	Nome, titulação.
Professor Coordenador	Professor Orientador	Professor Examinador

*“Trabalho apresentado em cumprimento às exigências acadêmicas parciais do curso de pós-graduação lato sensu em Formação de Professores e Pesquisadores em Turismo e Hospitalidade para a obtenção do grau de Especialista”*

Brasília – DF  
Fevereiro / 2006

Moreira, S. Tânia Tolêdo

Turismo e Recursos Públicos no Estado de Goiás – Discurso Oficial e Práticas Efetivas (2003/2004) / S. Tânia Tolêdo Moreira

Monografia – Curso de pós-graduação lato sensu em Formação de Professores e Pesquisadores em Turismo e Hospitalidade, para a obtenção do grau de Especialista

Brasília – DF, fevereiro de 2006.

Área de Concentração: Docência, turismo e hospitalidade.

Orientador: Maria Thereza Negrão de Mello

1. Estado de Goiás    2. Ações    3. Turismo    4. Discurso Oficial  
5. Receitas e Despesas Orçamentárias    6. Turismo.

Ao Bira, Pedro Paulo e Daniela,  
pela compreensão.

Aos meus colegas de trabalho, Ide e Karinne,  
pelo apoio.

À professora Thereza Negrão,  
pelos ensinamentos e carinho.

E a Deus,  
pela dádiva que a vida é.

.

*“ Os dizeres não são, como dissemos apenas mensagens a serem decodificadas. São efeitos de sentidos que são produzidos em condições determinadas e que estão de alguma forma presentes no modo como se diz, deixando vestígios que o analista de discurso tem de apreender. São pistas que ele aprende a seguir para compreender os sentidos aí produzidos,pondo em relação o dizer com sua exterioridade,suas condições de produção. Esses sentidos tem a ver com, o que é dito ali, mas também em outros lugares, assim como o que não é dito e com o que poderia ser dito e não foi”.*

Eni. P. Orlandi

## RESUMO

A monografia enfoca a aplicabilidade de recursos públicos e a sua coerência com os planos oficiais, bem como com a real expansão do turismo nos municípios do Estado de Goiás. O entendimento de que são poucos os recursos aplicados e que sua destinação privilegia locais já consagrados como “vocação turística” consistiu a hipótese de trabalho, que lança um olhar sobre os discursos veiculados. A problematização e encaminhamento de análises priorizaram as noções de discurso, turismo, gestão, sustentabilidade e o universo empírico constituem-se de material publicitário informacional e documentação oficial. O diálogo entre as fontes alternou o enfoque, narrativa e encaminhamentos teóricos buscados em quadro transdisciplinar que instrumentou reflexões sobre a real expansão do turismo como fator de contribuição para a melhoria de vida de nosso povo e extensivamente àqueles que aqui vêm desfrutar de reconhecida beleza, nosso Estado de Goiás, seus lugares, memórias, hospitalidade. Estruturado em três capítulos, o estudo retoma ao final, suas motivações, dados rastreados e indagações que devem motivar àqueles que detêm a responsabilidade pelas atuações e políticas eficazes para o turismo no Brasil.

## PALAVRAS CHAVE

Estado de Goiás, Discurso Oficial, Ações, Receitas e Despesas Orçamentárias, Turismo.

## ABSTRACT

The monograph focuses the applicability of public resources and its coherence with the official plans, as well as with the real expansion of the tourism in the Cities of the State of Goiás. The agreement of that the applied resources are few and that its destination privileges consecrated places already as "tourist vocation" consisted the work hypothesis that launches a look on the propagated speeches. The problems and guiding of analyses had prioritized the slight knowledge of speech, tourism, management, sustentabilidade and the empirical universe consists of material informational advertising executive and documentation official dialogue between the sources alternated the approach, narrative and theoretical set in motion searched in picture to transdisciplinary that it instrumented reflections on the real expansion of the tourism as factor of contribution for the improvement of life of our people and extensively to that they come here to enjoy of recognized beauty, our State of Goiás, its places, memories, hospitalities. Structured in three chapters, the study retakes to the end, its motivations, given tracked and investigations that must motivate the those that they withhold the responsibility for the efficient performances and politics for tourism in Brazil.

## KEY WORDS

1. State of Goiás 2 - Official Speech 3 - Actions 4 - Prescriptions 5 - Budgetary Expenditures, Tourism.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO-----	01
1 – ANOTAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS-----	03
2 – CENÁRIOS - A DINÂMICA DO TURISMO NO BRASIL E ESTADO DE GOIAS-----	11
3 – TURISMO EM GOIÁS-----	19
3.1 – Resultados Apresentados pela AGETUR-----	19
3.2 – Ações e Planos Sugeridos-----	25
CONSIDERAÇÕES FINAIS-----	42
REFERÊNCIAS-----	45
ANEXOS-----	48



## INTRODUÇÃO

Ao se fazer uma reflexão a partir de dois conceitos: a acumulação de riquezas e o crescimento econômico pode-se estabelecer como marco a Revolução Industrial, sendo evidente a referência, nos estudos e teses, o pós-industrialismo, bem como as condições sócio-históricas do turismo.

O aumento de riquezas, de forma endógena, valendo-se de tecnologias diversas, fazendo com que as condições climáticas não fossem mais determinantes, passou a ter um sistema de produção controlada, a partir do século XVIII, transformando o crescimento econômico e os modos de produção com intensos reflexos nas relações sociais.

As nações passaram, então, a contar com um poderio nunca imaginado e seus povos com um diferenciado nível de vida. A partir daí se evidencia a produção em série, característica fundamental do crescimento econômico, as conseqüências do crescimento populacional acelerado, além do que as pessoas estão vivendo cada vez mais.

Estima-se, no Brasil, para o ano de 2020, mais 130 milhões de habitantes e, na medida em que a população cresce, naturalmente aumenta a pressão sobre os recursos naturais, do planeta, dado alarmante.

O Brasil, historicamente, sempre atraiu o industrialismo problemático, enquanto que em outros países mais avançados já se constatava a busca de soluções num desenvolvimento com sustentabilidade.

Todavia, no caso específico do turismo, do ponto de vista desenvolvimentista, capturaram e elegeram um discurso de que esta é a alternativa do futuro: fonte de empregos, incremento de receitas estatais, melhor distribuição de renda, modernidade, etc.

Para estudos mais profundos, a polêmica se instala quando se vai definir um referencial teórico mais apropriado, para interpretar as profundas transformações sociais observadas nas últimas décadas. A presente monografia resulta no conjunto das inquietações acima, e, em resumo, tem como objetivo problematizar alguns aspectos tomando como plano de observação o Estado de Goiás e como objeto o discurso oficial quando a questão é o turismo.

Assim, pretende-se, além de pequena revisão de referenciais teóricos articulados ao turismo, levantar dimensões, dados da atividade turística procurando identificar: planos de governo, projetos, despesas públicas, orçamentos definidos, discursos,

análises, propostas, realidades, etc. de modo a perceber a maneira pela qual o Estado, mormente os municípios de Goiás, utilizou recursos públicos, especificamente nos exercícios de 2003/2004, período balizado para a investigação e respectivo levantamento de fontes.

O modo de construção do objeto fazendo a articulação entre o discurso oficial e um “corpus” documental, constituído de dados e tabelas, visou dar notoriedade aos descompassos entre os enunciados escritos e o que transparece nos dados. Tendo reservado o primeiro capítulo para explicitação do quadro conceitual, nos que a ele seguem entre a descrição breve e alguns encaminhamentos de análises, houve a intenção de ao deixar “falar o objeto”, ensinar aos possíveis leitores uma recepção que lhes permitisse sintonia com a hipótese de trabalho, bem como a reflexão sobre outros tantos sentidos possíveis não contemplados no presente texto.

Do mesmo modo, condutas e procedimentos metodológicos são colocados ao longo do estudo cujas descrições mostram, inclusive, impasses do fazer-se da pesquisa e alternativas adotadas.

Nas páginas que se seguem estão os resultados deste esforço de reflexão cuja elaboração estruturou-se em três partes:

- 1 – Anotações teórico-metodológicas
- 2 – Cenários: A Dinâmica do Turismo no Brasil e no Estado de Goiás,
- 3 – Turismo em Goiás.

Nas considerações finais, foram retomados alguns aspectos da investigação realizada e, à luz dos indícios entre objetivos, argumentos, resultados obtidos e sentidos evidenciados, reiterando o modo de captação adotado.

## CAPÍTULO I

### 1. ANOTAÇÕES TEÓRICO- METODOLÓGICAS

Esta investigação objetiva sondar tendências e, neste sentido, os dados e respectivas análises têm caráter exploratório, sem pretensões a “comprovações”. Os argumentos elencados, ou hipóteses de trabalho, referem-se ao descompasso então os discursos e ações efetivas, seja no plano nacional, seja na esfera do plano de observação: Estado de Goiás.

Sem que trate de adoções totais a pesquisa tem como marco teórico a Análise do Discurso e filia-se ao entendimento de que todo discurso visa a persuasão e que para tanto são utilizados equipamentos retóricos. Neste entendimento da documentação oficial relacionada ao turismo, no Estado de Goiás, foi recortado um conjunto de discursos. Este “corpus” forneceu pistas para uma sondagem de sentidos e sobretudo à exposição de um cenário no qual a retórica do Estado não condiz com as práticas efetivas. Muito embora não tenha sido o caso de desenvolver análises aprofundadas, os dados traduzidos nas tabelas se incumbiram de dar visibilidade ao descompasso/ações efetivas.

A leitura atenta do conjunto de documentos oficiais e materiais de divulgação, por outra parte, discursos e argumentações de um sujeito ( o Estado) interpelado por matrizes hoje caras às abordagens do fenômeno turístico. Refere-se aqui ao Turismo e suas variadas segmentações, as questões de sustentabilidade e, no caso às representações sobre o Estado de Goiás, como um lugar de destinação turística.

Refletir à luz de uma proposta filia-se A Análise do Discurso implica reter também a noção de condições de produção.

No presente estudo, o conjunto de fatores que compõe o quadro das condições de destaque, há duas instâncias: a econômica e a política. Se a primeira permite questionar um discurso cujo empenho em relação ao turismo tem limites impostos pela precariedade do orçamento disponível, a segunda leva a pensar em um sujeito que retoricamente lança um olhar sobre o Estado de Goiás e que na prática parece privilegiar alguns espaços de destinação turística já reconhecidos enquanto tal.

Para compreender os sentidos deste cenário é preciso ter claro um outro aspecto referente ao modo de construção de um discurso interpelado também por uma certa idéia do organizacional que facilmente desagua para exigências burocratizantes limitadoras. Portanto, da necessária interação entre Estado, Municípios e seus representantes. Como se

verá evidenciar-se um diálogo entre os espaços discursivos trabalhados. Embora trate-se do mesmo sujeito emissor (Estado) os elementos de persuasão se sublinham no material de divulgação. É nestes espaços discursivos que a argumentação se desenvolve na esteira de aconselhamentos, recomendações, etc.

No limite, ao conforto de delegar e sugerir ações sem que se ofereçam condições efetivas, as ações propostas acabam não se efetivando enquanto os discursos continuam sendo veiculados com retórica na qual não cabem esta problematização que resulta naturalizada e “substituída” pelo “não-dito”, ou seja, o silêncio sobre o assunto. (Orlandi – 1999- pág. 30 ).

Nestas breves incursões teóricas não poderiam faltar outras categorias e noções que atravessam este objeto de estudo. A elas são dedicadas as próximas páginas, não sem antes destacar que o enfoque das análises do discurso e o suporte sobre algumas questões retóricas foi baseado na interlocução com Orlandi ( 1999 ) e Willberg (1998 ).

Segundo Comic (1989:6) a explicação das bases do turismo dada é que quando se questiona a razão de ser do turismo, entra-se no campo da filosofia, e os filósofos não estudam o turismo porque estão preocupados com outros problemas fundamentais. Uma outra questão a ser colocada, também, é de que as ciências de formação acadêmica faccionam o conhecimento.

Necessário se torna uma revisão sistemática do que é legítimo no conhecimento do turismo. No entendimento de Jovicic ( 1988:2) a prática do turismo é muito mais avançada do que a teoria que a aborda. Desse modo deverá passar por uma descrição epistemológica (verificar o válido no conhecimento de determinado fenômeno, sua razão de ser e não somente os aspectos superficiais), bem como pelo viés fenomenológico e seria “a mais apurada e objetiva explanação do turismo como um fenômeno especial, a mais precisa e clara definição do objeto da pesquisa” - onde este começa e onde termina.

Na visão de Kuhn (2001:219) os paradigmas se impõem como forma de buscar o novo, encontrar soluções para os problemas. Desse modo, “visões de mundo, conceitos, valores orientam as investigações, pois permeiam toda a cultura e, por conseguinte, as investigações científicas”.

Jafari (1994: 28), mais otimista , enfatiza: “ Na atualidade, tudo parece indicar que o turismo seguirá seu progresso com êxito até novas fronteiras do conhecimento. Ele elevará ainda mais o *status* do turismo nos círculos acadêmicos e na sociedade em geral. Sem dúvida, o alcance do objetivo final (a cientifização do turismo) dependerá do apoio e do tipo de influência que exercerem a comunidade acadêmica, as instituições que oferecem

subsídios, os entes turísticos governamentais, as organizações de viagens e a indústria turística propriamente dita.

Já Tribe ( 1997: 649) não vê no turismo um campo de estudo, mas dois campos: Um do estudo dos negócios – marketing, leis, gestão; e o segundo dos não negócios, com uma outra base que faça a ligação – áreas, impactos ambientais, percepções turísticas, capacidade de carga e impactos sociais.

Moesch une a visão interdisciplinar e holística do turismo com o processo cíclico de retorno e posterior avanço da abordagem dialética. A autora em sua obra *A Produção do Saber Turístico* indica que o fenômeno foi estudado até hoje sob o enfoque econômico, pragmático e consumista. Sua preocupação se expressa sobre o “saber fazer”, em detrimento do “fazer saber” que sem dúvida é à base das ciências sociais.

Mário Carlos Beni, em sua obra *Análise Estrutural do Turismo*, sugere uma análise estruturalista do turismo baseada na teoria geral de sistemas, ou seja, uma epistemologia, por vez uma teoria própria para o turismo, deixando claro que este pode vir a se tornar uma ciência social, ainda que seus efeitos econômicos se destacam ( 2001: 41)

Complementando o sobredito, o sociólogo italiano Domenico de Masi considera que diversos fatores afetam diretamente não só a estrutura social, mas também o sistema político e cultural, criando um novo método científico, alterando a ordem mental com novas necessidades e valores, invertendo a relação entre empresa e sociedade, transformando a ordem urbana. A exemplo disto cita a correlação entre sociedade pós-industrial e turismo, ficando uma sugestão para se dividir as fases do turismo, ou seja no permear a teoria do pós industrialismo.

Contudo, é visível a diversidade dos posicionamentos, mas o que se tem por certo é que o conhecimento em turismo e sua praxis devem ser continuamente analisados, criticados e melhorados. Existem aspectos que não podem ser desprezados, tais como a compreensão do lazer. Sabemos que os estudos sociológicos deste surgiu a partir das necessidades do capital, ou seja de orientar controlar a utilização do tempo livre das pessoas, nos países industrializados. A reflexão sobre o lazer leva-nos a lembrar que a Administração, no patamar das ciências surgiu no século XX, a partir da necessidade de “se conhecer, controlar a utilização do tempo livre dos países industrializados”.

Em um de seus escritos, intitulado Tempo de Trabalho – tempo livre. Ócio e Lazer, a professora Deis Siqueira (UNB – 2005) apresenta breve histórico acerca das teorias da administração, que, quer queira ou não, são as ferramentas ainda das atividades

turísticas. Fala, então a autora do “fordismo, taylorismo, do modelo japonês, que introduziram novos métodos organizativos e produtivos, E com muita propriedade diz”:

*“Muitas conquistas históricas dos trabalhadores são diretamente destruídas pelas atuais formas de gestão, destacando-se a terceirização ou sub-contratatação, preconizadas pela descentralização produtiva. A consequência mais evidente é o desemprego estrutural, reforçando a desorganização do trabalhador. Afinal tem-se assistido a uma crescente redução do emprego regular, e um crescimento do tempo parcial de trabalho, temporário ou sub-contratação. Além do que, as novas tecnologias continuam substituindo a força do trabalho. Tem-se um quadro marcado por uma parcela de trabalhadores super qualificados e uma enorme quantidade de trabalhadores desqualificados, com seus trabalhos temporários, parciais ou com sub-empregos”.*

*“...Ou seja, a Administração, hoje sofisticada em áreas, tais como de gestão e de marketing, tão centrais, nos cursos de Turismo, é uma fragmentação ou “especialidades” da ciência que, por excelência, cumprem o papel de gerar maior produtividade, e logo, na maioria dos casos, lucro.( ...)A estratégia da satisfação do cliente (...)constitui-se na verdade, em recurso para desviar o foco do motivo central – a necessidade de garantir maior competitividade e maior lucratividade. Nesse sentido, a tão propalada satisfação do cliente, de fato, estaria em contradição com as novas práticas de produção, planejadas, para gerar obsolescência prematura dos produtos, tendo em vista manter um ritmo adequado de consumo numa fase de crise de mercados.”*

Bauer (1999:230 ) afirma: *“Parece que a atualidade sugere um movimento que se caracteriza pelo grande desafio de superar as dicotomias entre razão e paixão, entre objetivo e subjetivo, em um processo de aproximação da ciência, da arte, da tradição, da filosofia, numa direção unificadora das chamadas ciências naturais e sociais e da construção de uma postura ética, que integre ciência e existência humana”*

Segundo Moesch (....) *O Turismo surge como fenômeno atual, condicionado por uma gama de circunstâncias atuais – tempo livre, salários insuficientes, transporte, mentalidade, - sem as quais não teria passado de sua pré-história. Em consequência, nos encontraríamos diante de uma sociologia do turismo, pois o corte praticado, de forma mais ou menos arbitrária – embora fundamentado em apreciações técnicas de ordem empírica – sugere uma conduta geral e universal, ou social, em propósitos teóricos definidos na sucessão dos fenômenos”.*

Com vistas a um novo paradigma para a atividade turística e com base nos estudos oferecidos pela Professora **Deis Elucy Siqueira** (UNB- 2005) *são importantes as seguintes constatações :*

- Os movimentos, nas organizações de trabalho, devem ter caráter mais complexo, integrador, objetivando uma reestruturação produtiva;
- Reconhecer a necessidade de novas buscas teóricas em face da ineficácia da aplicabilidade das existentes, nos casos de movimentos acelerados a partir das últimas décadas;
- Integração disciplinar: multi, inter ou transdisciplinariedade, para a solução de questões advindas das aceleradas mudanças;
- Maior preocupação com questões éticas e valores, empobrecidos na atualidade;
- Recuperação dos saberes, culturas, outras formas de conhecimento desconsideradas pelo conhecimento científico (intuição, senso comum);
- Minimizar polaridades que não promovam avanços;
- Construção de base material indispensável a novos empreendimentos, de forma a permitir contatos entre pessoas, espaços, culturas;
- Construir objetos de pesquisa sem desqualificar os aspectos positivos já impostos pela modernidade e na desconstrução do pensamento racional;
- Desmistificar o pragmatismo imposto pelo setor produtivo, inclusive com a proliferação de cursos que não fornecem capacitação adequada;
- Flexibilização das relações de trabalho e da legislação que a orientam;
- Busca das sociabilidades primárias, relações interpessoais, economia popular;
- Inserção de práticas turísticas que contribuam para novas subjetividades e ressignificações sociais, tolerância, pluralidade de convivências;
- Priorizar dimensões comunicacionais, econômicas, tecnológica, imaginária, prazerosa, subjetiva;
- Trocas culturais;
- Melhoria da estima dos profissionais que atuam na área, inclusive com valorização pecuniária da profissão;

**Marília Ansaiah**, assinala na obra *Processo Educacional em Turismo*, algumas necessidades do setor:

- Além da formação do bacharel em turismo, é necessário ampliar seu conhecimento em outras áreas (geografia, turismo, relações políticas, pedagogia, filosofia, etc);
- Atualização na área, em face das contínuas mudanças:
  - Aperfeiçoamento em técnicas e processos, a fim de conseguir uma maior qualidade nos serviços,
  - Atualização de tecnologias,
  - Adaptação a novas ocupações, organizacionais,
- Processo de socialização secundária, em razão das identidades sociais e do elemento competitividade;
- Busca por novas alternativas frente à crise, ou transformação, do paradigma hegemônico (mecanicista, fragmentário, disciplinar);
- Considerar as próprias contradições existentes na literatura específica sobre o turismo e a hospitalidade;
- Redesenhar os cursos de turismo e hotelaria, a partir do privilégio epistemologia dos objetos de pesquisa e reflexão, abrangendo pelo menos as dimensões: - *setores primeiros*: alojamento, restauração, distribuição de produção (...) – *níveis de gestão*: formar profissionais como supervisores, gerentes, formar empreendedores – profissionais preparados para aplicar conhecimentos adquiridos para um desenvolvimento sustentável, para atuação no patrimônio ambiental e nos diversos espaços turísticos.

Voltando à questão do desenvolvimento é visível que este não pode ser concebido tão somente como forma de se obter ganhos econômicos e sociais em curto prazo. Após a crise dos anos 60, agravada pela forma dependente da utilização do petróleo, emergiu questões ambientais no patamar técnico-político.

Assim, vimos em 1972, em Estocolmo, a Conferência Mundial do Meio Ambiente – com vistas a orientar uma visão global e princípios comuns para a preservação e melhoria da qualidade na vida humana. Na sequência, em 1972, no Rio de Janeiro: Conferência do Planeta, da qual surgiu a Agenda 21, um programa de ação adotado por 182 governos, visando assegurar o desenvolvimento sustentável do planeta. Em 2001, em Porto Alegre – 31º



Fórum Social Mundial e, simultaneamente, o 31º Fórum Econômico Mundial em Davos/Suíça, onde ficou claro o descontentamento com as questões econômicas, na forma de atuação e o papel das empresas e a sociedades civil, como contribuição para as políticas públicas.

O protocolo de Kyoto, ensejou obrigar os países industrializados a cortar paulatinamente a emissão de poluentes, responsáveis pelo aquecimento global. Esta intenção gerou discordâncias entre países europeus, Estados Unidos da América e Japão.

Fala-se, atualmente, em desenvolvimento sustentável. Para Lecy Cirilo Gottardo “*O grande desafio do desenvolvimento sustentável é: quanto maior a área de intersecção entre a equidade social, conservação ambiental e racionalidade ou eficiência econômica, mais sustentável é o desenvolvimento, a compatibilização dos objetivos econômicos, sociais e ambientais. Quanto menor a intersecção, maior a insustentabilidade do desenvolvimento, combinando a inviabilidade econômica, a pobreza, a desigualdade social e a degradação ambiental.*

*O paradigma da sustentabilidade condena a natureza dentro das teorias econômicas sob dois aspectos: a natureza como fator de produção e natureza como fator de qualidade de vida. Isto explica a necessidade de a sustentabilidade estar custeada por práticas e políticas de governo de caráter decisórias, capazes de proteger e redirecionar o curso dos eventos econômicos de maneira que as atividades que destroem o capital natural ou dissipam recursos renováveis, sejam refreados através de meios operacionais que busquem atingir o equilíbrio razoável para o desenvolvimento sustentável”.*

E continua ...*Ao conceito de sustentabilidade não se atribui o risco de desenvolvimento zero. Seu sentido é pela busca da maximização dos fatores positivos do desenvolvimento ao custo da redução dos pontos negativos tornando visivelmente favorável as relações de eficiência e eficácia do homem ao meio ambiente. Para isso, requer o envolvimento de diferentes participantes sociais, com recursos e capacidades específicos, capazes de estabelecer coalisões entre diferentes organizações, para obter maior apoio e com isso conseguir maior distribuição de domínio e de responsabilidades em nível local sobre a eficácia do resultado, aumentando com isso as chances de se criar ambientes favoráveis ao desenvolvimento social e local.*

Todavia, as lideranças não estão organizadas e/ou preparadas para os aspectos importantes que cercam a comunidade. Qualquer participação qualitativa passa pelos vieses: cultural, social, econômico que dependem, fundamentalmente, de decisões políticas. No

momento atual, nossos representantes enfrentam grandes problemas de credibilidade em face do ciclo de corrupções que assolam o país.

Um outro feixe de reflexões direciona a pesquisa para um olhar mais devido sobre as regiões, do Estado de Goiás, foco desta pesquisa, que conforme delimitação efetuada pela Agência Goiana de Turismo, quais sejam: Região Agro-ecológica, Região do Vale do Araguaia, Região do Vale da Serra da Mesa, Região da Reserva da Biosfera Goiyaz, Região dos Engenhos, Região das Águas, Região das Nascentes do Oeste, Região do Ouro e Região dos Negócios.

Além da divisão, estrategicamente feita, por organismo governamental, norteiam este trabalho as hipóteses seguintes:

- A sempre propalada “vocação turística “ do Estado de Goiás tende a restringir-se a determinados lugares, tradicionalmente reconhecidos como espaços turísticos;
- O sistema orçamentário-financeiro adotado para as ações governamentais tanto na órbita federal, estadual e municipal, guarda obediência   normatização constitucional a que se vinculam todas as demais leis e atos governamentais. Assim, qualquer fato novo, projetos, iniciativas ou atitudes decorrentes das urgências que aparecem, etc, que beneficiariam o turismo, correm o risco de frustarem-se em face do caráter burocrático, amarrados nos trâmites legais e nas ações que têm que se submeter ao crivo legislativo quando vislumbram modificações.

Este aspecto ensejou como se ver  a elaboração do próximo capítulo, breve histórico das políticas anteriormente adotadas, normas que se aplicam ao funcionamento da atividade, bem como a atual proposta do Estado de Goiás para o desenvolvimento do segmento turístico. Espera-se também com apresentação de pesquisa feita fornecer subsídios para o cenário histórico nacional, e bem assim recortar o panorama de Goiás.

## CAPÍTULO II

### 2. CENÁRIOS - A DINÂMICA DO TURISMO NO BRASIL E NO ESTADO DE GOIÁS

O Estado (nação), com sua imperatividade peculiar, previu no texto constitucional de 1988 formas de se apropriar dos benefícios das riquezas naturais, bem como daquelas produzidas pela exploração de seus bens, por meio de ações regulamentadas.

É inegável os aspectos macro-econômicos e os resultados das relações comerciais entre o Brasil e vários países, em tempo da globalização e economia mundializada.

Normativamente, o turismo foi inserido em condição de privilégio:

**Constituição Federal - “Art. 180 – A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico (grifo nosso)”.**

Da imposição sobredita depreende-se que se eleito como fator de desenvolvimento social e econômico deveria compor, indubitavelmente, as ações administrativas e legislativas dos entes públicos.

Contraditoriamente, no mesmo texto constitucional, art. 170 e seguintes, constata-se:

**“Art. 170 – A ordem econômica, fundamentada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:**

*I – soberania nacional;*

*II – propriedade privada;*

*III – função social da propriedade;*

*IV – livre concorrência;*

*V – defesa do consumidor*

*IV – defesa do meio ambiente;*

*V – redução das desigualdades regionais e sociais;*

*VI – busca do pleno emprego;*

*VII –tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede e administração no país.*

*Parágrafo Único – É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei”.* ( grifos nossos).

A livre iniciativa constitui-se princípio orientador da atividade econômica, garantida pelo Estado. Contraditoriamente, excepciona a exploração turística, devendo ser utilizada como forma de desenvolvimento sócio-econômico do país.

Na prática, constata-se a interveniência estatal e a conseqüente desordem na exploração da atividade turística, pela iniciativa privada, criando dificuldades, até mesmo danos à imagem do país.

Além do texto constitucional podem-se citar também as Leis: 6.505/77, 8.181/91, 8.623/93, decretos, deliberações normativas que em sentido estrito regulam o turismo. Lembrando, ainda, dos direitos que assistem aos consumidores, a prevenção e reparação de danos, práticas comerciais, etc., inseridos na Lei 8.078/90.

No Código Civil Brasileiro, onde se encontram amparados os direitos alusivos às pessoas, bens, negócios jurídicos, empresas, contratos, títulos de crédito, responsabilidades civis, propriedades e outros, é também sustentáculo para o amparo das relações turísticas.

Já no aspecto das receitas públicas, o Código Tributário Nacional estabelece as competências, limitações, impostos, taxas, contribuições e demais aspectos tributários advindos das obrigações de recolher e receber recursos que mantêm a atividade.

Nas relações estatais, que dizem respeito à ação da administração pública, ao meio ambiente, ordem econômica, serviços públicos, patrimônio, etc. existe ordenamento consubstanciado no Direito Administrativo, visando a atuação do Estado e de outrens.

Aos atos que contariam o sistema vigente há previsão de sanções e penalidades nas searas: penal e civil, cujos códigos objetivam a inibição de condutas indesejáveis.

Especificamente, no caso dos gastos públicos, há que se ressaltar que a nossa Lei Maior submete todas as receitas e despesas da União, Estados e Municípios ao ordenamento do Art. 165 - CF, obrigando o Poder Executivo a iniciativa de Leis alusivas ao planejamento das suas ações, sendo:

**Plano Plurianual** – no qual deve estar estabelecidos, de forma regionalizada, as diretrizes, objetivos e metas da administração pública para as despesas de capital (obras, construções, investimentos, financiamentos, aquisições de imóveis) e outras dela decorrentes e para as relativas aos programas de duração continuada (grifo nosso). É oportuno dizer que o planejamento contemplado no Plano Plurianual é obrigatório para quatro anos, de forma que o administrador anterior faz o plano atingindo o 1º mandato do

próximo administrador, sob a determinação da continuidade das ações. É então expressamente proibido qualquer investimento que ultrapasse o exercício financeiro, sem estar previamente incluído do Plano Plurianual.

**Lei de Diretrizes Orçamentárias** – deverá conter as metas prioridades da administração, incluindo as despesas de capital para o exercício financeiro subsequente, orientar a elaboração da Lei Orçamentária anual, dispor sobre as alterações na legislação tributária e estabelecer a política de aplicação das agências de fomento.

**Lei Orçamentária Anual** - deverá conter: orçamento fiscal – dos poderes, fundos, órgãos e entidades da administração indireta, fundações instituídas e mantidas pelo poder público – orçamento de investimentos das empresas que detenha capital público e - orçamento da seguridade social. Deve compor a Lei orçamentária, demonstrativo regionalizado do efeito de todas as receitas e despesas, isenções, anistias tributárias, remissões, benefícios de natureza financeira, tributários e creditícia, de forma a evidenciar a política econômico-financeira; o programa de trabalho do governo, obedecidos aos princípios da unidade, universalidade e anualidade. E ainda permeia o fato de que nada pode ser gasto, anualmente, sem estar planejado na LO, ficando, também, proibido qualquer investimento que ultrapasse o exercício financeiro, sem estar previamente incluído do Plano Plurianual.

O critério eleito, no discurso constitucional, é de que os orçamentos deverão visar a redução das desigualdades inter-regionais, segundo o critério populacional (grifo nosso).

Normativamente, encontra-se vigente a **Lei 4.320, de 17 de março de 1964**, a qual estatui normas gerais de direito financeiro para a elaboração e controle de orçamentos e balanços da União, dos Estados e Municípios e do Distrito Federal. A classificação funcional-programática, para todas as entidades públicas, é definida pela Secretaria de Orçamento e Finanças do Ministério do Planejamento, como forma de uniformizar os gastos e receitas públicas.

Do ponto de vista econômico, o Turismo, no Brasil apresentou 2,55% do PIB nacional no ano de 1989, e entre os anos de 1987 a 1995 o PIB turístico passou de R\$ 38,7 bilhões para 52,7 bilhões, gerando um crescimento de 36% em menos de dez anos. Em 2003, o setor foi responsável pela entrada de aproximadamente US\$ 3,8 bilhões no país, empregando milhares de brasileiros, e provando ser importante para a população e economia brasileira. Segundo dados da EMBRATUR (1) em 1999, o turismo movimentou direta ou indiretamente cerca de US\$ 100 bilhões e empregou mais de seis milhões de pessoas.

De conformidade com os dados revelados pela OMT – Organização Mundial de Turismo, em 1999, em todo o mundo, considerando o mercado interno e receptivo internacional, o turismo movimentou US\$ 4,5 trilhões, ou seja, 12% do PIB Mundial. No ano de 2000, observa-se que a participação do turismo nas exportações gerou 12,6% do total, para 2010 a previsão é de que chegue aos 13%. Em contrapartida espera-se que a arrecadação de impostos e taxas atinja US\$ 1,5 trilhão.

Disto, infere-se que se o turismo é, sem dúvida, vetor da economia, levando-se em conta os expressivos números da economia mundial. Preocupa-nos, portanto, a importância dispensada pelos nossos governantes à atividade, haja vista a responsabilidade de estabelecer programas e diretrizes e fazer com que estes aconteçam, para que o desenvolvimento passe pelo crivo estatal.

Considerando que o turismo se desenvolve, principalmente, em áreas urbanas a eficiência de políticas públicas vincula-se à questão da urbanização do país, cabendo a reflexão do espaço, desgastes dos recursos naturais e a dinâmica territorial.

Pode-se dizer que no Brasil não houve ao longo de sua história planos de desenvolvimento integrados. Com o advento da Constituição Federal de 1988, a competência de gerir a urbanização foi transferida aos poderes: estadual e municipal. Os governos desta esfera encontravam-se completamente despreparados para assumir as responsabilidades delegadas.

Anteriormente, nos anos de 1964/1966, sob a Presidência de Castelo Branco, visando atenuar os desequilíbrios e insatisfação nacional, foi promulgado o Decreto-Lei 55/66, por meio do qual definiu a Política Nacional de Turismo e criou: o Conselho Nacional do Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo.

No ano seguinte, 1967, foi promulgado o Decreto-Lei 60.224, na tentativa de reformular o conceito dado à política Nacional de Turismo, com a seguinte definição:

*“Compreende-se como política Nacional do Turismo o conjunto de diretrizes e normas integradas em um planejamento de todos os aspectos ligados ao desenvolvimento do turismo e seu equacionamento como fonte de Renda”.*

Assim, caberia à EMBRATUR estudar e propor ao Conselho Nacional de Turismo e ao seu funcionamento, especificamente a este *“formular diretrizes para a política nacional de turismo.”* Por fim, em 28 de março de 1991, por meio da Lei 8.181, a EMBRATUR – Instituto Nacional do Turismo, absorveu todas as atividades de propor,

executar e fazer executar a Política Nacional do Turismo, sob a coordenação do Ministério do Esporte e Turismo – MET.

Em 1992, no governo Collor, nos termos do Decreto 448/92, foram estabelecidas diretrizes da Política Nacional de Turismo, tais como democratizar o acesso ao turismo nacional, incorporação de segmentos sociais, estimular as iniciativas destinadas a preservar o ambiente natural, fisiologia social e cultural dos locais turísticos, populações afetadas, redução de disparidades sociais, econômicas, bem-estar, melhor distribuição de renda, difusão de novos produtos, beneficiar regiões, adequação das características sócio-econômicas regionais e municipais, dentre outras. Todavia, apesar do planejamento “apenas formal” não foram apontados meios, estratégias e/ou disponibilizados recursos para se alcançar as metas estabelecidas.

No governo Fernando Henrique Cardoso, a partir de 1996, vê-se então a implantação da Política Nacional de Turismo, visando, principalmente: o fomento centrado no desenvolvimento da infra-estrutura básica, turístico e capacitação profissional, desenvolvimento estratégico, busca de qualidade de serviços, democratização do turismo interno, promoção e a inserção internacional do turismo brasileiro. Foram então estabelecidos 23 programas (2):

- *Imagem Brasil*
- *Projeto “Visit Brazil”*
- *Brazil Expert*
- *Participação em Feiras Internacionais*
- *Captação de Eventos Internacionais*
- *Internet/Sistemas de Informações turísticas*
- *Inserção competitiva em fóruns internacionais*
- *Ampliação e aperfeiçoamento de programa de estatísticas básicas do turismo*
- *Defesa do Consumidor*
- *Qualificação profissional para o turismo*
- *Formação Nacional do Ecoturismo*
- *Programa de ação para o desenvolvimento integrado do turismo*
- *Programa Nacional de Ecoturismo*
- *Pesca Esportiva*
- *Calendário Nacional dos dias azuis -baixa estação*

- *Albergues da Juventude*
- *Clube da Maior Idade*
- *Bolsa de Negócios*
- *Programa Nacional de Municipalização do Turismo*
- *Fortalecimento dos órgãos delegados da EMBRATUR*
- *Desenvolvimento da malha área.*

Para o período 2003/2007, foi instituído no dia 29 de abril de 2003 o **Plano Nacional do Turismo** – Diretrizes, Metas e Programas. Consoante o discurso institucional, o Plano foi elaborado para *“ser o elo entre governos federal, estadual e municipal; as entidades não governamentais; a iniciativa privada e a sociedade no seu todo. Com a preocupação de integração de objetivos, otimização de recursos e junção de esforços para incrementar a qualidade e a competitividade, aumentando a oferta de produtos brasileiros nos mercados nacional e internacional”*.

Desta feita, criado, então, o Ministério do Turismo, órgão da administração direta visando a articulação acima enfatizada. Como ponto de auxílio, além do ministro, criaram-se os seguintes órgãos finalísticos:

- **Secretaria de Políticas de Turismo:** visando formular, elaborar, monitorar, avaliar a Política Nacional de Turismo, de acordo com as diretrizes propostas pelo Conselho Nacional de Turismo.
- **Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo:** realizar as ações de estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivos, de fomento de promoção de investimentos em articulação com programas regionais de Desenvolvimento, bem como apoiar e promover a produção e comercialização de produtos associados ao turismo e a qualificação dos serviços.
- **Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur:** autarquia que tem como área de competência a promoção, divulgação, e apoio à comercialização dos produtos, serviços turísticos do país no exterior.
- **Conselho Nacional do Turismo:** órgão colegiado de assessoramento diretamente vinculado ao Ministro do Turismo que tem como atribuições “propor diretrizes e oferecer subsídios



técnicos para a formulação e acompanhamento da Política Nacional do Turismo”. Esse Conselho é formado por representantes de outros Ministérios e Instituições Públicas que se relacionam com o Turismo e das entidades de caráter nacional, representativo dos segmentos turísticos.

- **Fórum Nacional de Secretários (27 – nos Estados e Distrito Federal)** – órgão informal, consultivo, constituídos por secretários e dirigentes estaduais, que deverá auxiliar no apontamento de problemas e soluções, concentrando as demandas dos Estados e Municípios.

Em função do explicitado, a última instância, então, é o **Município**, onde o Turismo efetivamente acontece. Do discurso, em linhas gerais, publicado pelo governo depreende-se:

“ O Plano Nacional de Turismo ( PNT) visa a expansão do mercado interno e a inserção efetiva do Brasil no cenário turístico mundial. A execução do PNT vai promover a ampliação e qualificação da oferta turística, com isto provocar um aumento do número de turistas e das divisas, além da geração de novos empregos e ocupações. Para que tudo aconteça é necessária a formação de um cenário dotado de infra-estrutura, que garanta a qualidade no acesso e na permanência do turista em todas regiões.

### Objetivos

- Identificar e qualificar necessidades de infra-estrutura, propondo soluções que garantam melhoria na capacidade, segurança e qualidade de atendimento ao turista.
- Melhorar a qualidade de vida nas cidades turísticas.
- Criar condições para implantação de equipamentos turísticos.
- Facilitar o fluxo de turistas.
- Equilibrar o desenvolvimento das regiões brasileiras.

## Convênios

Os recursos a serem utilizados na execução das ações dos programas são oriundos do Orçamento Geral da União e da contrapartida do proponente. As ações serão realizadas mediante convênio com a Caixa Econômica Federal, por meio de Contrato de Repasse. Nesses contratos o Ministério do Turismo é titular das ações e a Caixa é o agente executor, na qualidade mandatária. Os Estados, Distrito Federal, Municípios e entidades civis sem fins lucrativos são nomeados proponentes. O Ministério do Turismo, observando sua disponibilidade orçamentária, realizará o processo de seleção dos beneficiários dos recursos e informará o resultado à Caixa Econômica Federal. A Caixa comunicará aos proponentes o resultado da seleção das propostas e solicitará a documentação técnica, institucional e jurídica indispensáveis à celebração dos respectivos contratos.

Realizado este breve painel, mais amplo o próximo capítulo tem especificamente o Estado de Goiás como plano de observação.

## CAPÍTULO III

### 3. TURISMO EM GOIÁS

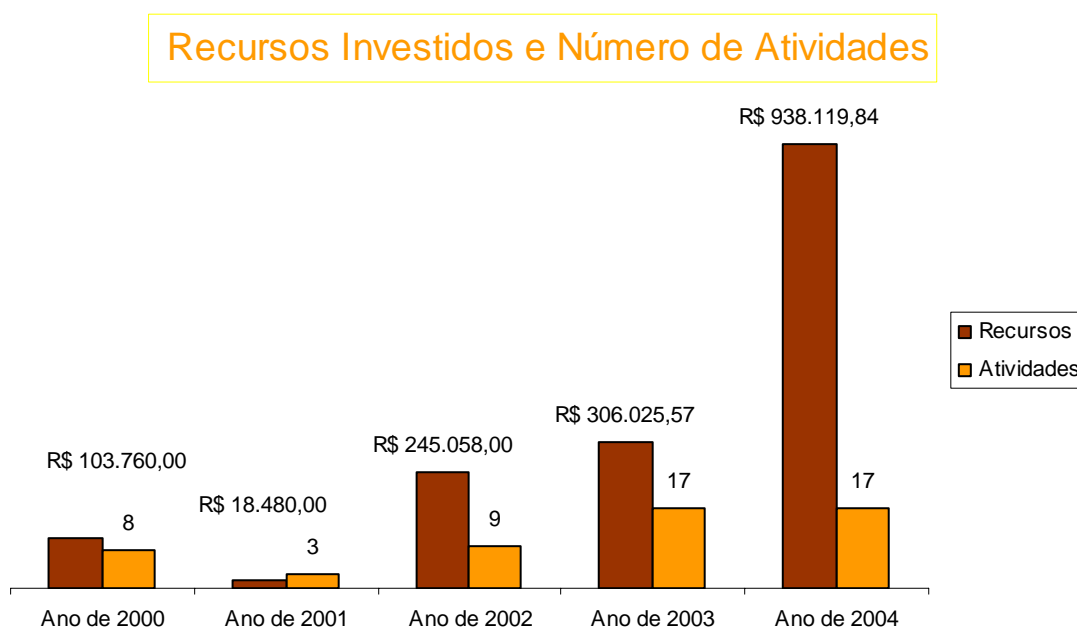
#### 3.1 Resultados Apresentados pela AGETUR

“A criação da **Agência Goiana de Turismo – AGETUR**, em 1999, como órgão oficial responsável pelo fomento da atividade no Estado, possibilitou a implantação de um sistema de gestão do turismo que busca a articulação com os demais órgãos do governo federal, estadual, municipal, poder legislativo, setor empresarial e as sociedades organizadas, objetivando integrar as políticas públicas e o setor privado.

E é através deste estabelecimento de parcerias, com os vários segmentos da sociedade goiana, que a AGETUR busca vencer o desafio de alavancar o turismo no Estado, transformando Goiás em um dos principais destinos do país, gerando divisas para os municípios, emprego e renda para as comunidades.

Com o objetivo de apresentar aos municípios informações que possam balizar e orientar o planejamento e o desenvolvimento sustentável do turismo municipal, em consonância com as diretrizes da Política Nacional de Turismo”.

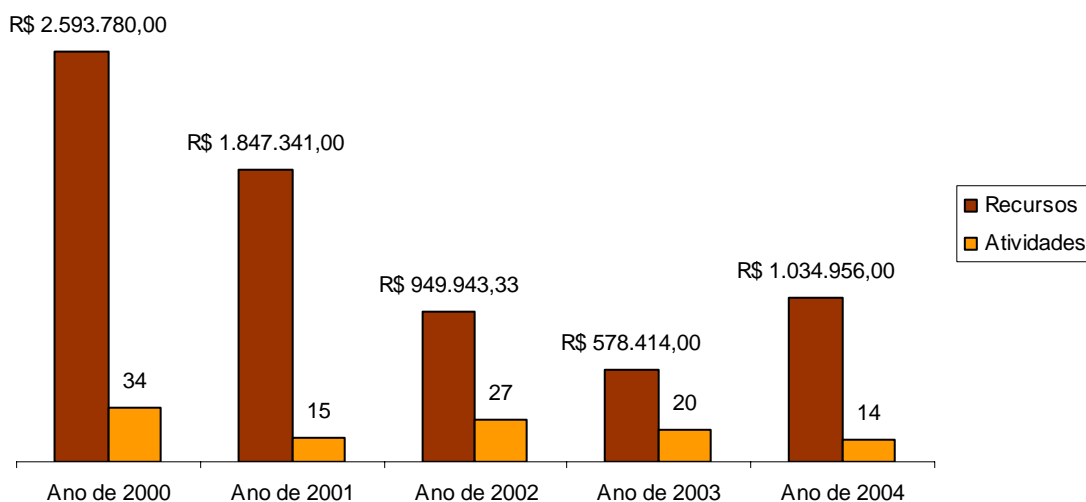
##### 3.1.1. Congressos, Feiras, Seminários, Encontros Turísticos.



Crescimento tanto na quantidade quanto no valor de investimento nas ações intrínsecas ao turismo - Foco profissional

### 3.1.2. Eventos Religiosos / Culturais e Outros

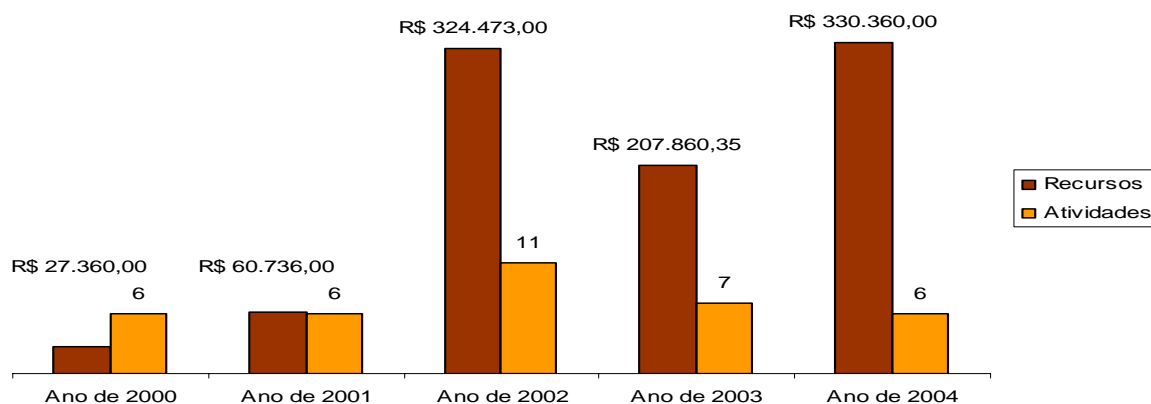
#### Recursos Investidos e Número de Atividades



Ações específicas de suporte aos municípios, mas mudando o eixo do investimento para ações que promovam mídia indireta (gastronomia, festas temáticas, etc.)

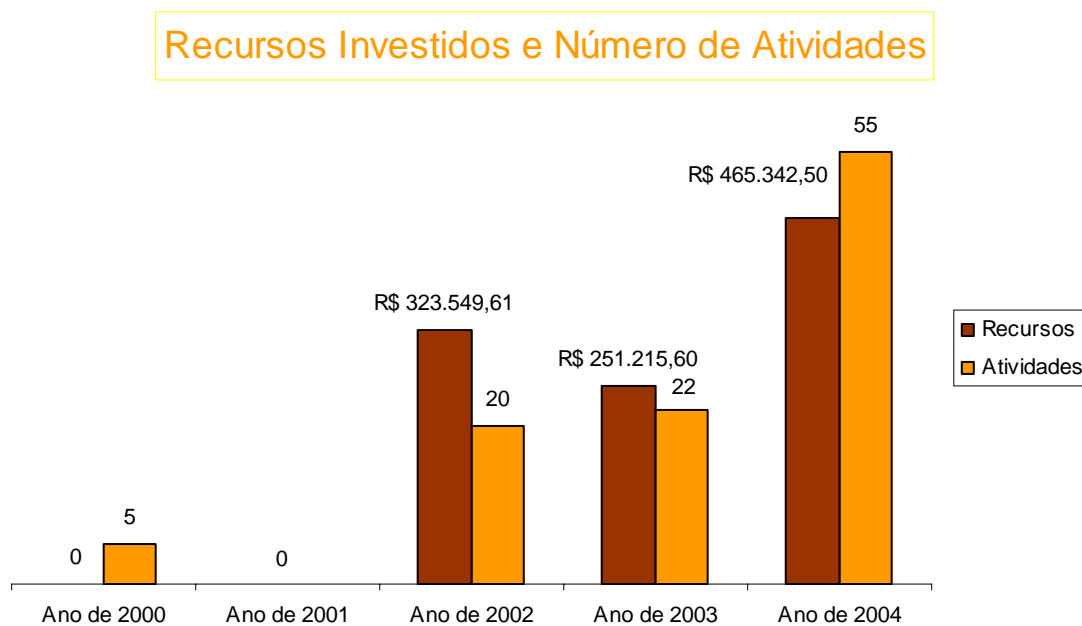
### 3.1.3. Eventos Esportivos

#### Recursos Investidos e Número de Atividades



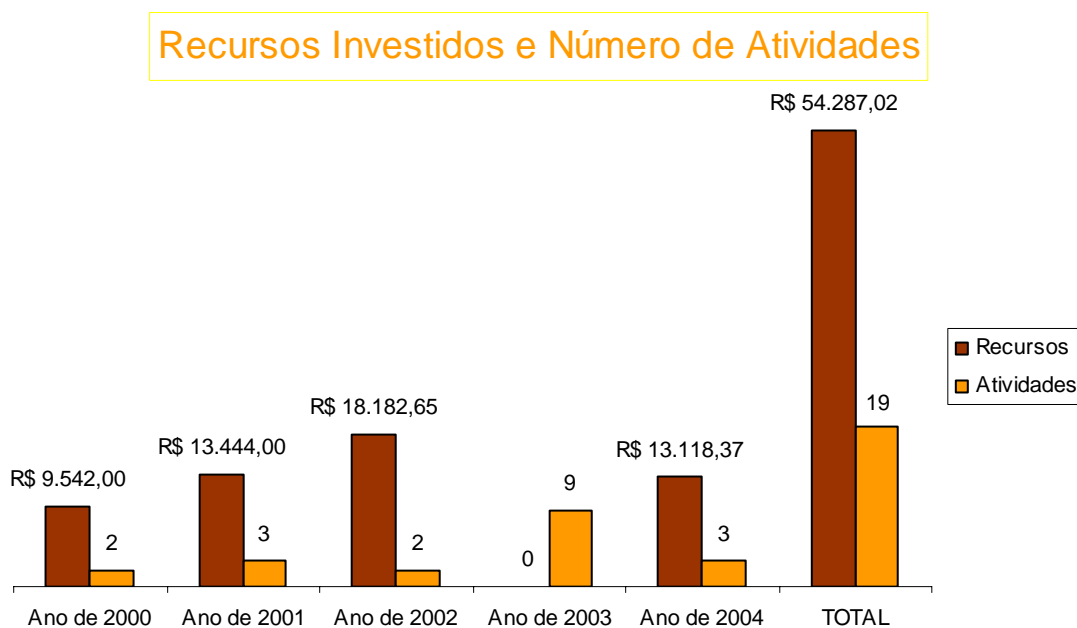
Aumento do investimento nos eventos esportivos uma vez que estes geram mídia espontânea.

### 3.1.4. Material Gráfico e Promocional



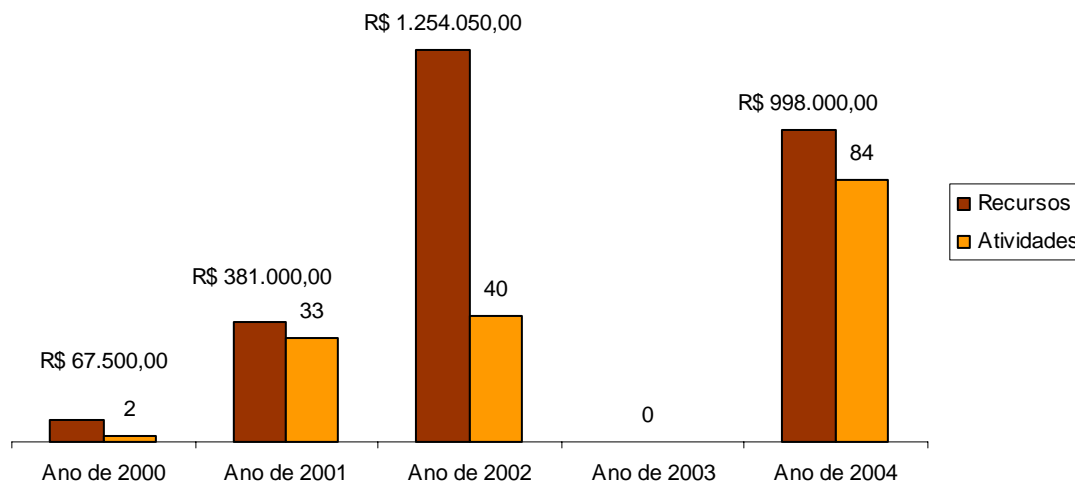
O recurso captado no Ministério do Turismo atendeu à necessidade. 90% do recurso é do Orçamento Geral da União (OGU).

### 3.1.5. OFICINAS



### 3.1.6. CARNAVAL

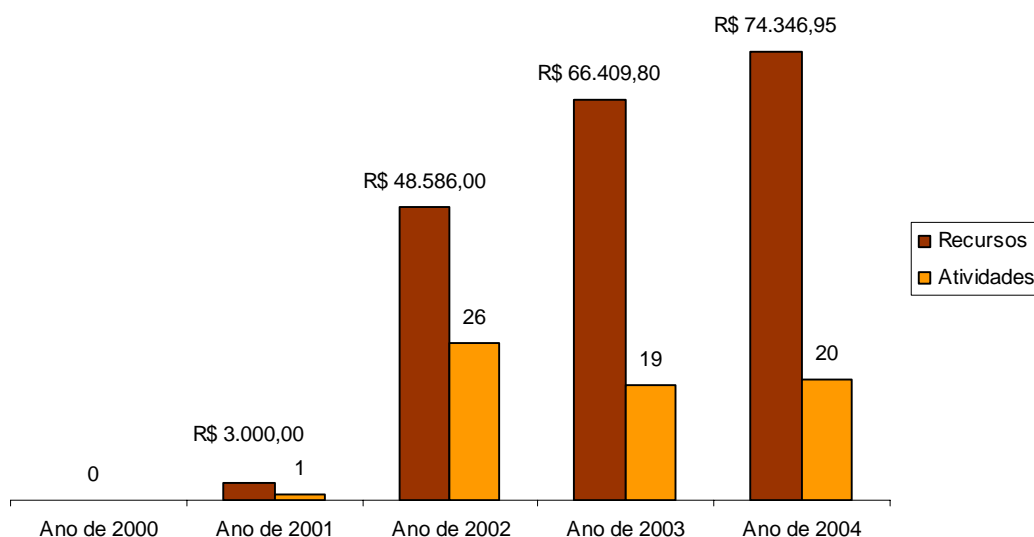
#### Recursos Investidos e Número de Atividades



Aumentou o investimento e fortaleceu os municípios. Em 2004 o critério adotado para liberação de recurso para os municípios ajudou muito a formalização do setor turístico.

### 3.1.7. Pesquisa de Demanda Turística

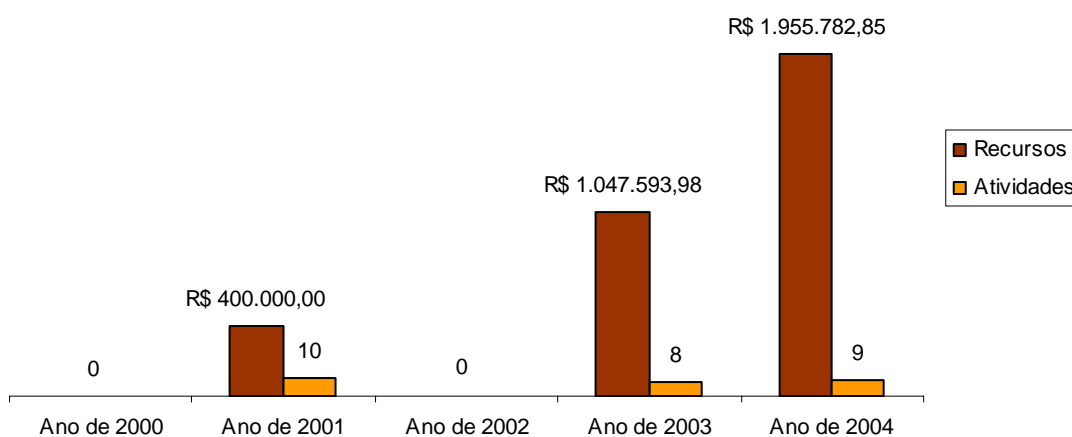
#### Recursos Investidos e Número de Atividades



Investimento no conhecimento do perfil do turista melhorou o resultado da promoção e direcionou os eventos (gastronomia, esportivos, etc.)

### 3.1.8. Convênios Federais

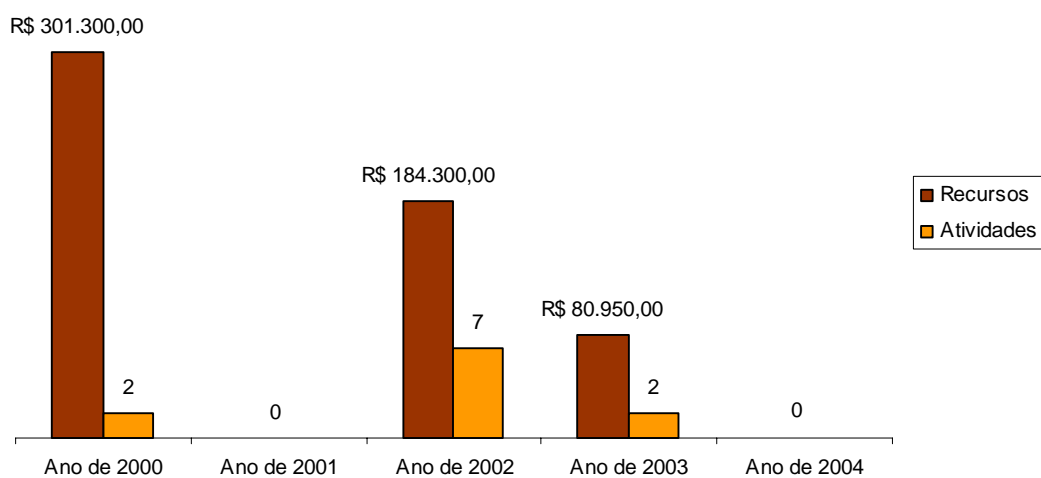
#### Recursos Investidos e Número de Atividades



Houve atuação do governador e do presidente da AGETUR junto ao Ministro do Turismo para captação de recursos. E, posteriormente, a qualidade dos projetos apresentados foi decisiva.

### 3.1.9. Temporada

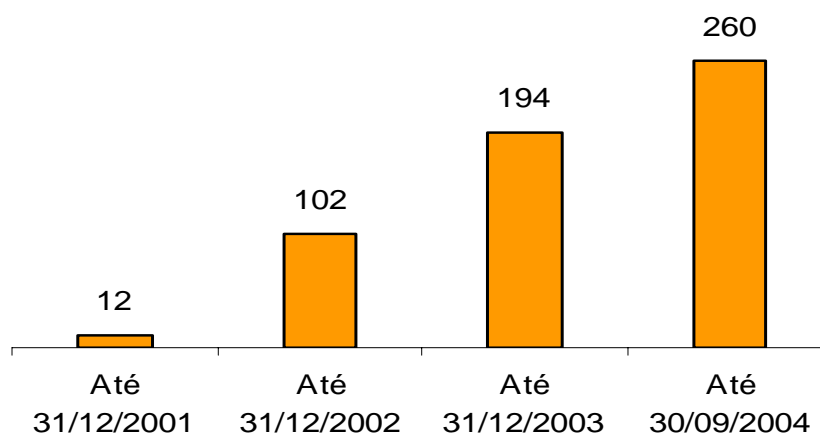
#### Recursos Investidos e Número de Atividades



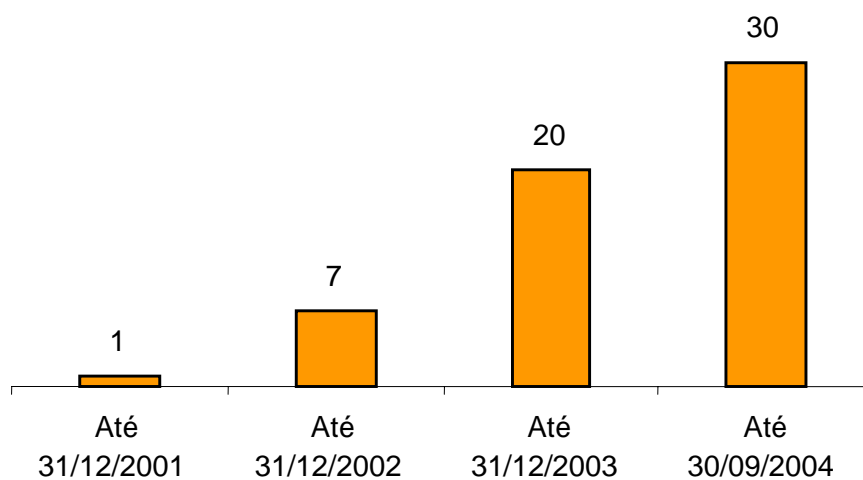
Em 2004 apesar da previsão no orçamento e das autorizações, as PPTs não foram liberadas.

### 3.1.10. Cadastramentos

**Agências de Viagem Cadastradas**



**Organizadoras de Eventos Cadastradas**



Fonte: SAGET – Sistema Automático de Gestão de Empresas de Turismo

\*Pesquisa Atualizada em: 30/09/2004



### 3.2. AÇÕES E PLANOS SUGERIDOS PELA AGETUR

No início da gestão do atual Governo Federal, o Ministério do Esporte e Turismo foi dissociado, criando o Ministério do Turismo, atendendo a uma demanda do *trade turístico*. O Governo Federal direcionou a EMBRATUR para a promoção e apoio à comercialização internacional e lançou o recente ***Plano Nacional do Turismo – Diretrizes, Metas e Programas 2003-2007***. No documento foram apresentadas as ***metas do Governo Federal para o turismo***:

- Criar condições para gerar 1.200.000 novos empregos e ocupações;
- Aumentar para 9 milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil;
- Gerar 8 bilhões de dólares em divisas;
- Aumentar para 65 milhões a chegada de passageiros nos vôos domésticos;
- Ampliar a oferta turística brasileira, desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada estado da federação e do Distrito Federal.

O Plano foi traçado a partir do diagnóstico realizado por gestores públicos, *trade*, profissionais, instituições representativas e interessadas em participar da estruturação da política do setor, através de um processo participativo com a realização de audiências públicas. O resultado do diagnóstico apresentado foi:

- Ausência de um processo de avaliação de resultados das políticas e planos destinados ao setor;
- Insuficiência de dados, informações e pesquisas sobre o turismo brasileiro;
- Qualificação profissional deficiente dos recursos humanos do setor, tanto no âmbito gerencial quanto nas habilidades específicas operacionais;
- Inexistência de um processo de estruturação da cadeia produtiva impactando a qualidade e a competitividade do produto turístico brasileiro;
- Regulamentação inadequada da atividade e baixo controle de qualidade na prestação de serviços com foco na defesa do consumidor;
- Superposição dos dispositivos legais nas várias esferas públicas, requerendo uma revisão de toda legislação pertinente ao setor;
- Oferta de crédito insuficiente e inadequada para o setor do turismo;
- Deficiência crônica na gestão e operacionalização de toda infra-estrutura básica (saneamento, água, energia, transporte) e turística;
- Baixa qualidade e pouca diversidade de produtos turísticos ofertados nos mercados nacional e internacional;

- Insuficiência de recursos e falta de estratégia e articulação na promoção e comercialização do produto turístico brasileiro.

### 3.2.1. Plano Nacional Do Turismo

O **Plano Nacional do Turismo** contempla um conjunto de programas que visa resolver os problemas diagnosticados, denominados **Macro Programas**, que são:

- 1. Gestão e Relações Institucionais;**
- 2. Fomento;**
- 3. Infra-estrutura;**
- 4. Estruturação e diversificação da oferta turística;**
- 5. Qualidade do produto;**
- 6. Promoção e apoio à comercialização;**
- 7. Informações Turísticas.**

O fato de agora existir no Brasil uma Política Nacional de Turismo estruturada e articulada, embasada nas demandas dos segmentos turísticos, do vulto à grande dimensão que o turismo passou a ter no cenário nacional. Seguindo o Governo Federal, o Governo Estadual está, de forma participativa, através dos Fóruns Estaduais, discutindo e aprovando as ações a serem realizadas nos municípios goianos, baseando-se em políticas públicas que auxiliam os gestores e profissionais do turismo de todo o Estado.

### 3.2.2. Plano Estadual do Turismo

Em Goiás, a AGETUR, no ano de 2003, lançou o ***Plano Estadual do Turismo: Diretrizes, Estratégias e Programas – 2003-2007***, em consonância com o Plano Nacional, em que foram traçados os **Programas Mostra Goiás, Infra-Estrutura Turística, Informação e Inteligência Turística e Produto Turístico**, para que sejam executados nas regiões turísticas de Goiás.

O **Plano Estadual do Turismo** foi elaborado de forma participativa e coletiva, junto com o PPA 2004-2007, tendo sido realizadas consultas aos diversos segmentos envolvidos e finalizado com uma audiência pública que referendou suas propostas.

Foram então traçadas as *metas para o turismo em Goiás 2003-2007*:

- A) Implantar o Sistema de Informações Turísticas do Estado nos 20 principais destinos turísticos;
- B) Regularizar os empreendimentos turísticos do Estado no patamar de 70% do total existente;
- C) Ampliar a oferta turística desenvolvendo 03 novos produtos turísticos por ano;
- D) Ampliar o número de turistas que visitam o Estado em 50%.

### 3.2.3. Programa Mostra Goiás

Objetivo: Promover o Estado em nível regional, nacional e internacional, transformando Goiás em um dos principais destinos turísticos ( grifo nosso);

**Ações:**

- Confecção de folheteria , folders, camisetas, bonés, chapéus, banners, cartazes e outros;
- Apoio a eventos , atletas e artistas com material promocional;
- Participação em feiras , workshops, fantours, etc;
  - Feira dos Municípios;
  - Centro-Oeste Tur;
  - Congresso Nacional da ABAV;
  - Adventure Sport Fair;
  - Aviestur – Feira e Bolsa de Negócios de Turismo do Interior;
  - Festival de Turismo Gramado;
  - Workshop de São Paulo;
  - Workshop do Rio de Janeiro.

### 3.2.4. Programa Infra-Estrutura Turística

Objetivo: Oferecer infra-estrutura turística adequada a cada região de forma a atender às necessidades de orientação e conforto dos visitantes e da comunidade;

**Ações:**

- Implantação de sinalização turística;
- Criação, implantação e funcionamento dos CATs (Centro de Atendimento ao Turista);
- Restauração e recuperação de aeroportos/ aeródromos;
- Implantação de Parques Estaduais.

### 3.2.5. Programa Inteligência/Informação Turística

Objetivo: Desenvolver um Sistema de Inteligência e informação turística, integrado com o *trade turístico*, compartilhando pesquisas e informações necessárias à tomada de decisão sobre políticas públicas e investimentos na área;

**Ações:**

- Realizar pesquisas de demanda do município em parceria com as instituições de ensino superior;
- Realizar o inventário da oferta turística (infra-estrutura, equipamentos e serviços turísticos);
- Sistematizar o registro de informações relativas aos atrativos, equipamentos, serviços turísticos e infra-estrutura de apoio aos municípios;
- Criar Banco de Dados do Turismo.

### 3.2.6. Programa Produto Turístico

Objetivo: Melhorar a capacidade do *trade turístico*, a gestão municipal e a qualificação dos profissionais da área, incentivando a criação de novos produtos turísticos para serem divulgados em nível estadual, regional, nacional e internacional.

**Ações:**

- Apoio na realização de Famtours;
- Identificar, segmentar e formatar os produtos turísticos;
- Incentivar a qualificação dos serviços;
- Capacitação dos profissionais – Sebrae;
- Capacitação de serviços – Senac;
- Qualificar os receptivos locais em parceria com as Universidades e o Sebrae e preparar as comunidades para convivência harmoniosa com os visitantes;

- Preparação do *trade* para as relações comerciais e qualificação dos serviços;
- Programa de Artesanato Goiano;
- Programa de Gastronomia;
- Promover a sinergia e inteligência comercial no *trade*.

## ARTICULAÇÃO e DISCURSO INSTITUCIONAL

“(...) a força do turismo é dada por sua capacidade de criar, de transformar e, inclusive, de valorizar, diferencialmente espaços que podiam não ter valor no contexto da lógica de produção...” (NICOLAS, 1996 apud Cruz, 17:2000).

Neste cenário, o turismo vem tornando-se uma das mais importantes atividades de geração de trabalho e renda em todo mundo. Isto vem fomentando no Brasil uma crescente atenção para o turismo visando a sua inserção no contexto econômico, de forma a promover e amenizar as desigualdades regionais.

Diante do exposto, o turismo propicia uma ocupação do espaço natural, agregada aos fatores sociais, econômicos e culturais, suscitando num grande fenômeno de geração de trabalho e renda. Esta atividade de cunho intersetorial, onde mais de 50 setores interagem economicamente de forma a elaborar um produto turístico de qualidade, proporcionando valores de cunho educacional, formativo e de capacitação de recursos humanos, capazes de abarcar a cadeia produtiva da atividade.

Reafirmar a atividade turística tem representado progressivamente um dos segmentos de maior crescimento no mundo e no Brasil e, nestas condições, configura-se como importante pólo gerador de crescimento de economias locais, regionais e nacionais. É neste sentido que o turismo se torna o maior fenômeno do terceiro milênio.

O Estado de Goiás tem como ordenamento territorial oficial, 05 meso regiões e 18 micro regiões, caracterizada por rios, cachoeiras, lagos naturais e artificiais, grutas, serras, fauna e flora do cerrado, praias, sítios arqueológicos e o maior manancial de águas quentes do mundo.

A Agência Goiana de Turismo – AGETUR, órgão oficial de turismo, organiza o setor, cumpre a função de articulador institucional e define as políticas públicas Estaduais. Em 2002, a AGETUR e o SEBRAE se uniram na regionalização do turismo, criando um programa integrado denominado “Caminhos de Goiás”, que destaca as regiões turísticas do Estado ressaltando as diversidades geográficas e naturais, identificadas como sítios de patrimônio. Como parte deste Programa foram desenvolvidas nas regiões pesquisas de oferta

e demanda, oficinas de sensibilização, além de apoiar a organização dos atores sociais envolvidos, e articular junto aos órgãos competentes a implementação da infra-estrutura de apoio turístico.

O Governo do Estado, visando otimizar os setores de maior potencial, priorizou em Goiás a criação de quatro cadeias produtivas, dentre elas a do turismo, com o objetivo da organização econômica das forças produtivas do setor. Em 4 de julho de 2003, a AGETUR lançou o Plano Estadual de Turismo - diretrizes e estratégias de desenvolvimento, operacionalizado nas regiões turísticas através de 04 Programas: Mostra Goiás, Informação, Infra-estrutura e Produto Turísticos.

Ordenando o território goiano em roteiros temáticos definidos por características geográficas delimitados por uma região, foram definidos quatro destinos turísticos, são eles:

***Caminho do Sol*** - compreende a bacia hidrográfica do Rio Araguaia, desde sua nascente no Parque Nacional das Emas até a divisa com o Estado do Tocantins.

***Caminho do Ouro*** - foi criado para agrupar as serras de onde era extraído ouro nos tempos da mineração, sendo formado pelas cidades históricas criadas na época dos bandeirantes, inclui também o Parque Estadual da Serra dos Pirineus e Serra Dourada, áreas preservadas de grande importância para a região.

***Caminho das Águas*** - inclui a bacia do Rio Paranaíba, lagos e o Parque Estadual da Serra de Caldas.

***Caminho da Biosfera*** - é o caminho da biodiversidade, das variações de altitude e das águas, estando inserido na bacia do Rio Tocantins. Este Caminho revela os belíssimos recursos da natureza existentes na região da Reserva da Biosfera do Cerrado. A Chapada dos Veadeiros (Parque Nacional), o Parque Estadual de Terra Ronca (em São Domingos) e o Parque Municipal de Itiquira, no município de Formosa.

Em março de 2004, o Ministério do Turismo realizou nos Estados Brasileiros oficinas para definição das regiões turísticas prioritárias. Goiás se sub divide em nove regiões turísticas: Águas, Agro-Ecológica, Engenhos, Nascentes do Oeste, Negócios, Ouro, Reserva da Biosfera Goyaz, Vale da Serra da Mesa e Vale do Araguaia.

Como resultado da oficina do MTur em Goiás foram classificadas quatro regiões turísticas como Promover, terceiro estágio, pois estas regiões já possuem seus produtos turísticos estruturados e qualificados, necessitando prioritariamente de promoção e apoio a comercialização. São elas: Águas, Negócios, Ouro e Reserva da Biosfera Goyaz.

Segundo diretrizes traçadas pelo Plano Estratégico do Governo Estadual o desenvolvimento da região da Reserva da Biosfera Goyaz é prioritário devido a sua carência sócio-econômica. A AGETUR juntamente com o MTur executou a partir de 1º semestre de 2004 o projeto Roteiros Integrados – Caminho da Biosfera, na região da Reserva da Biosfera Goyaz, que visa desenvolver um plano regional e formatar produtos turísticos regionais, de acordo com o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.

Como a Reserva da Biosfera Goyaz já está atendida com ações e recursos para a operacionalização do Programa de Regionalização do Turismo, sugere-se a substituição desta pela região do Vale do Araguaia. Pois esta região possui uma posição de destaque no mercado turístico interno. A AGETUR e SEBRAE identificando tais potencialidades nesta região vêm desenvolvendo ações de sensibilização através da AGETUR ITINERANTE, mobilizações com a comunidade local através de oficinas, que resultaram na criação de Conselhos Municipais de Turismo em cinco principais cidades, realização de cursos para os segmentos turísticos e implantação do Programa Turismo na Escola.

O desenvolvimento sustentável do turismo prescinde de uma permanente articulação entre os diversos setores públicos e privados. O Fórum e os Conselhos Estadual e Municipal, que contam com representantes de todos os segmentos envolvidos no processo, são as instâncias deste relacionamento. Para que os objetivos sejam atingidos na sua amplitude a AGETUR busca parcerias e o envolvimento de todos os segmentos da sociedade goiana, objetivando integrar as políticas públicas e o setor privado.

### 3.2.7. Manual de Orientação aos Municípios

O Governo de Goiás, em 2003, elaborou um documento de extrema importância para o desenvolvimento do turismo, o ***Manual de Orientação aos Municípios: Estratégias de Desenvolvimento do Turismo***, que tem como objetivo orientar os municípios do Estado de Goiás a desenvolverem o turismo de forma planejada, com base na sustentabilidade econômica, sociais, ambientais, culturais e política, estimulando a regionalização, definindo critérios de desenvolvimento e de classificação e no direcionamento de ações e investimentos públicos.

No manual foram definidas as estratégias de desenvolvimento dos municípios, que são o passo a passo que deve ser seguido:

1° Passo: Preencher o Formulário de Informações Turísticas fornecido pela AGETUR;
2° Passo: Realizar Oficinas, Seminários, Palestras, Cursos e Reuniões de Sensibilização e Mobilização dos Atores Locais;
3° Passo: Levantar os dados do Inventário da Oferta e da Demanda Turística;
4° Passo: Organizar a Gestão Municipal do Turismo através do COMTUR ou CONDESTUR;
5° Passo: Elaborar o Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico;
6° Passo: Inserir no processo de Regionalização;
7° Passo: Articular parcerias para capacitação em Turismo conforme prioridades do Plano;
8° Passo: Cadastrar os Empreendimentos Turísticos na Coordenação Regional da Qualificação dos Serviços Turísticos – MTUR/ AGETUR
9° Passo: Desenvolver Produtos Turísticos
10° Passo: Viabilizar a Promoção e Comercialização de produtos turísticos

No manual também foram apresentados os ***critérios de classificação dos municípios***. Tais critérios visam estimular os municípios a trabalharem de acordo com as propostas do Governo, bem como promover investimento correto mediante as necessidades de cada localidade. Os critérios são:

- Inventário da Oferta Turística / Demanda Turístico;
- COMTUR ou CONDESTUR;
- Plano Municipal do Turismo validado pelo COMTUR ou CONDESTUR;
- Número de leitos disponíveis no município;
- Instalação e funcionamento do Centro de Atendimento ao Turista (CAT);
- Cadastro dos Empreendimentos Turísticos;
- Envio do Boletim de Ocupação Hoteleira (BOH) para a Coordenação Regional (antiga Regional da EMBRATUR).



De acordo com os *critérios de desenvolvimento e de classificação* descritos acima, *os municípios são pontuados e identificados como:*

**Município Diamante:** é o município que conseguiu obter no mínimo 60 pontos e será contemplado com ações de promoção, divulgação e apoio nos eventos;

**Município Esmeralda:** é o município que conseguiu obter no mínimo 40 pontos e será contemplado com o apoio na realização de pesquisa, capacitação e planejamento turístico.

**Município Cristal:** é o município que conseguiu obter no mínimo 20 pontos e será contemplado nas oficinas de sensibilização e mobilização da comunidade.

### 3.2.8. REGIONALIZAÇÃO

O Governo Federal lançou no dia 29 de abril do ano de 2004 o ***Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil***, e foram apresentadas as regiões turísticas brasileiras, dentre elas as regiões turísticas do Estado de Goiás, como demonstrado a seguir. O programa propõe o ordenamento da atividade turística com ênfase no desenvolvimento regionalizado, visando a estruturação, qualificação e diversificação da oferta turística brasileira por meio da organização, planejamento e gestão das atividades turísticas por regiões.

Seguindo a Política Nacional, a AGETUR, está iniciando a realização de estudos nas regiões turísticas goianas. No início do ano de 2004, em parceria com o Ministério do Turismo, SENAC e SEBRAE, foi realizada a Oficina de Planejamento para a Implantação do ***Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil***, o que gerou a identificação das ***9 Regiões Turísticas de Goiás:***

<b>Regiões Turísticas de Goiás</b>	<b>Quant. de municípios</b>
Região Agro-Ecológica	18
Região do Vale do Araguaia	22
Região do Vale da Serra da Mesa	41
Região da Reserva da Biosfera Goyaz	28
Região dos Engenhos	16
Região das Águas	41
Região Nascentes do Oeste	36
Região do Ouro	19
Região dos Negócios	26
<b>Total de Municípios</b>	<b>246</b>

Obs.: Mapa da Regionalização e Tabela de Classificação em anexo

Os 246 (duzentos e quarenta e seis) municípios goianos estão contemplados nas 9 (nove) regiões turísticas. A divisão foi feita mediante o conceito de regionalização apresentado pelo Ministério do Turismo, ou seja, divisão do espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas, para que se possa trabalhar de forma integrada.

### 3.2.9. Diretrizes Operacionais do Programa de Regionalização do Turismo

- 1. Sensibilização** – envolver e motivar os atores da região.
- 2. Mobilização** - promover, articular e integrar os agentes regionais, envolvendo as comunidades no processo de desenvolvimento turístico.
- 3. Institucionalização de Instância de Governança Regional** - Articulação com as Instâncias de Governança existentes para que estas assumam a coordenação do Programa na respectiva região turística.
- 4. Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional** - Estabelecer a visão de futuro desejada para o turismo na região e prever ações e projetos de médio a longo prazo.

- 5. Implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional -** Coordenada pela Instância de Governança Regional.
- 6. Roteirizarão Turística** – Criação e consolidação de novos roteiros e o aumento de investimentos com vistas à qualificação dos serviços possibilitando o aumento do fluxo de turistas e maior permanência na região.
- 7. Sistema de Informações Turísticas do Programa** - Resgatar e reunir dados confiáveis e atualizados sobre as regiões turísticas e seus municípios.
- 8. Promoção e apoio à Comercialização** - Formação de redes e a educação para o mercado.
- 9. Sistema de Monitoria e Avaliação do Programa** - Ferramenta eficaz para subsidiar a tomada de decisões. Todos os Planos, Programas e Projetos implementados devem ser contemplados em um Sistema de Monitoria e Avaliação.

#### 3.2.10. SALÃO GOIANO

**Realizado em 04 a 06 de Março / 2005**

**Critérios de Participação:**

- COMTUR já constituído no município;
- Registros de empresas de turismo cadastradas na Coordenação Regional de Qualificação de Serviços Turísticos (antiga Regional da Embratur);
- Seguir os passos do Manual de Orientação dos Municípios.

#### 3.2.12. SALÃO NACIONAL

**Realizado: Junho / 2005**

**Projeto de Regionalização do Turismo - Regiões Ouro, Águas, Negócios e Vale do Araguaia.**

### 3.2.13. Projeto Roteiros Integrados da Biosfera II

#### **CrITÉrios de Participação:**

- COMTUR já constituído no município;
- Registros de empresas de turismo cadastradas na Coordenação Regional de Qualificação de Serviços Turísticos (antiga Regional da Embratur);
- Seguir os passos do Manual de Orientação dos Municípios.

### 3.2.14. Sugestão Para Formação De Conselhos Municipais De Turismo E Conselhos De Desenvolvimento Turístico.

**O Conselho Municipal de Turismo (COMTUR)** visa a participação comunitária na administração pública municipal, no que concerne a implantação de uma política de turismo nos municípios do Estado de Goiás. O Conselho é um órgão de caráter consultivo e pode ser instituído junto à Secretaria Municipal. Assim poderá auxiliar na elaboração de propostas e estratégias para o planejamento turístico do município a curto, médio e longo prazo. Deverá ser constituído com o máximo de representatividade possível e a participação de todos os segmentos envolvidos direta e indiretamente no desenvolvimento turístico municipal. Exemplos:

- Associações de condutores de visitantes;
- Associações de barqueiros;
- Associação ou Representante dos meios de hospedagem;
- Associação ou Representante de bares, restaurantes e similares;
- Associação ou Representante de associações comerciais;
- Organizações Não Governamentais( ligadas ao Turismo, Meio Ambiente ou Esporte)

O próprio Conselho regulamentará as atividades da entidade, estabelecerá critérios e normas a serem seguidas, os componentes, número de participantes e a forma de suas indicações, bem como as prioridades a serem observadas.

Outra entidade que a AGETUR incentiva sua criação no município, caso o COMTUR tenha dificuldade de ser implementado, é o Conselho de Desenvolvimento Turístico (CONDESTUR). O CONDESTUR tem o mesmo papel que o COMTUR. No entanto esse não necessita de Decreto Municipal para implantação. Uma destas entidades será

o responsável pela administração do Fundo Municipal do Turismo (FUMTUR), que deverá promover a arrecadação de fundos e recursos para subsidiarem as políticas e estratégias contempladas no Planejamento Estratégico. **ORIENTAÇÕES PARA REALIZAÇÃO DE PESQUISA DE DEMANDA E OFERTA TURÍSTICA**

A Pesquisa de Demanda e Oferta Turística consiste em identificar o perfil, motivação e percepção dos visitantes que se deslocam aos destinos turísticos (Demanda), bem como a infra-estrutura e os equipamentos e serviços existentes no município (Oferta). Com a análise dos resultados das pesquisas os gestores públicos poderão fazer uma avaliação das estratégias adotadas, aferir o nível de satisfação do visitante e implementar medidas corretivas, a fim de atender as expectativas em sua amplitude.

Para realização de pesquisas, o município deverá subsidiar a logística, ficando a cargo da AGETUR fornecer o método, os questionários e o processamento dos dados levantados. O Município deverá entrar em contato com a Gerência de Planejamento e Pesquisa ([pesquisa@agetur.go.gov.br](mailto:pesquisa@agetur.go.gov.br) - (62) 3201-8124) para obter maiores informações .

#### 3.2.14. Critérios De Formação dos Fóruns Regionais do Turismo

O Programa de Regionalização do Turismo dividiu o Estado de Goiás em (09) regiões, devendo cada uma constituir uma Instância de Governança Regional – Fórum Regional de Turismo.

A implantação dos Fóruns Regionais visa descentralizar a gestão dos recursos uma vez que serão responsáveis pelo encaminhamento dos projetos e estratégias regionais ao Fórum Estadual. Esta medida dará oportunidade a todas as regiões de formatarem planos de acordo com a sua realidade.

Os municípios deverão seguir alguns critérios para formação dos Fóruns, dentre eles:

- As regiões turísticas serão representadas com no mínimo 03 municípios, através dos COMTURs ou Condesturs;
- Só participará do Fórum Regional o município que tiver o COMTUR ou Condestur implementado e atuando;
- Farão parte dos Fóruns Regionais três representantes de cada município, indicados pelo COMTUR ou Condestur em ata registrada, sendo estes: um do poder executivo, um do setor privado referente à atividade turística e um

representante de entidade não governamental na área social e ou ambiental ou turística.

As reuniões dos Fóruns Regionais deverão ser realizadas pelo menos (02) duas vezes ao ano. Estes ainda indicarão (03) três representantes para compor o Fórum Estadual, os quais deverão ser entidades formalmente constituídas.

Os votos das regiões turísticas deverão compor 50%, sendo que as regiões terão pesos de acordo com o número de empreendimentos em meio de hospedagem cadastrados na Coordenação Regional de Qualificação dos Serviços Turísticos, a saber:

Grupo 3 – regiões que possuam mais de 20% cadastrados do total de empreendimentos

Grupo 2 - entre 20 e 10%

Grupo 1 - menos de 10 %

Cada membro terá seu voto multiplicado por 3, 2 ou 1 de acordo com o peso da região pertencente.

A somatória dos pontos das regiões turísticas representarão 50% dos votos, os outros 50% serão das demais instituições, e ao final serão todos somados.

### 3.2.15. Plano Regional

Somente a partir da definição da visão de futuro desejada para o turismo na região, deverão ser previstas ações e projetos de médio a longo prazo, estabelecendo parceiros e fontes financiadoras. O detalhamento das ações deverá ocorrer durante a implantação do Plano, em projetos específicos abordando aspectos táticos e operacionais. A implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico Regional deve ser coordenada pela Instância de Governança Regional, por uma equipe gestora capacitada, que terá como uma de suas competências a negociação e a articulação com os diversos atores para a implementação do Plano.

A definição de uma diretriz regional anterior à elaboração dos planos municipais é muito importante, uma vez que garantirá sinergia e comunhão de propósitos entre os municípios.

### 3.2.16. Como Elaborar o Plano Municipal de Turismo

O Plano é a definição das ações que devem ser realizadas e a priorização das mesmas. Este plano deve ser elaborado com a mais ampla participação, e deve contar com profissional em planejamento para coordenar as demandas dos segmentos no município.

Deve-se preservar a figura do Secretário de Turismo e do Prefeito na elaboração do plano, evitando conflitos em função de detalhes. **A principal função do Secretário é promover a integração da comunidade e do setor de turismo.**

#### **- Programa Mostra (promoção e apoio a comercialização)**

Objetivo: Estabelecer parcerias para promover o município dentro da região a nível nacional e internacional;

##### **Sugestão de ações:**

- Confeção de folheteria , folders, camisetas, bonés, chapéus, banners, cartazes e outros;
- Apoio a eventos , atletas e artistas com material promocional;
- Participação em feiras , workshops, famtours, etc;

#### **- Programa Infra-Estrutura Turística**

Objetivo: Oferecer infra-estrutura turística adequada a cada região de forma a atender as necessidades de orientação e conforto dos visitantes e da comunidade;

##### **Sugestão de ações:**

- Implantação de sinalização turística;
- Criação, implantação e funcionamento dos CATs (Centro de Atendimento ao Turista);
- Restauração e recuperação de aeroportos /aeródromos/ rodoviárias;
- Implantação e conservação de Parques Municipais;

#### **- Programa Inteligência / Informação Turística**

Objetivo: Desenvolver um Sistema de Informação Turística integrado com o *trade turístico*, compartilhando pesquisas e informações necessárias à tomada de decisão sobre políticas públicas e investimentos na área.

**Sugestão de ações:**

- Realizar pesquisas de demanda no município;
- Realizar o inventário da oferta turística (infra-estrutura, equipamentos e serviços turísticos);
- Sistematizar o registro de informações relativas aos atrativos, equipamentos, serviços turísticos e infra-estrutura de apoio aos municípios;
- Criar Banco de Dados do Turismo do município.

**- Programa Produto Turístico**

Objetivo: Melhorar a capacidade do *trade turístico*, a gestão municipal e a qualificação dos profissionais da área, incentivando a diversificação de produtos turísticos para serem divulgados em nível estadual, regional, nacional e internacional.

**- Sugestão de ações:**

- Apoio na realização de Famtours;
- Identificar, segmentar e formatar os produtos turísticos;
- Incentivar a qualificação dos serviços;
  - Capacitação dos profissionais;
  - Capacitação de serviços;
- Mobilizar as comunidades para convivência harmoniosa com os visitantes;
- Programa de Artesanato ;
- Programa de Gastronomia;
- Promover a sinergia e inteligência comercial no *trade*. ”

Ao final, apresenta-se tabela contendo quantitativos de despesas realizadas por Municípios do Estado de Goiás, cujos dados foram artesanalmente coletados no Sistema Informatizado do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado de Goiás, utilizando-se a classificação, por regiões, adotada pela Agetur. Desse modo, tem-se a esclarecer que os dados numéricos foram colhidos, manualmente, em cada prestação de contas, e depois tabulados, em face de que os dispêndios com as atividades compõem, na maioria das vezes, diversas funções programáticas impostas pela legislação em vigor, sendo que poucos Municípios têm separadamente os registros com turismo, em função própria.



Anexou-se, também: Relação dos Órgãos, fiscalizados pelo Tribunal de Contas dos Municípios, indentificando-se aqueles que criaram Fundos, específicos para o Turismo, Relação de Convênios firmados pela Agetur, Tabela de Classificação dos Municípios ( meios de hospedagem – eventos, leitos, centros de atendimentos aos turistas, etc. ), Mapa das Regiões do Estado, tabela de investimentos feitos pelo Ministério do Turismo, inclusive EMBRATUR, no período analisado e extrato do Plano Plurianual da União, com os programas do Ministério do Turismo, para o quadriênio 2004/2007.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Especificamente, na questão da participação dos entes públicos nas atividades inerentes a atividade de turismo vê-se que, embora o Estado apresente planejamento para o setor, depara-se com a quase ausência da participação dos municípios, quer seja nas elaborações das ações, bem como na seletividade dos gastos, com vistas a uma coerência em função das necessidades versus recursos disponibilizados.

Neste aspecto, mesmo que não se tenha ingressado em análises verticalizadas, os indícios e os dados evidenciam um descompasso entre o discurso oficial e mesmo nas ações retorizadas, nos documentos de informação e publicitários, que permitem referendar o argumento da pesquisa. Em outras palavras, tratou-se de refletir e problematizar, pela via da constatação, um conjunto de falas de natureza persuasiva, nos quais a atividade turística é trabalhada e enseja propostas e ações que, na prática, precariamente se efetivam.

Dos levantamentos efetuados, evidencia-se que alguns dados foram colhidos artesanalmente, na contas anuais registradas no Sistema Informatizado de Dados do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado de Goiás (órgão que recebe e avalia e julga as contas dos administradores municipais), haja vista não haver ainda, junto ao órgão fiscalizador, programas informatizados específicos para a pesquisas na área de turismo.

Assim, a pesquisa mostra que decorridos 2 anos da aprovação do Plano Nacional de Turismo (para o período 2003/2007) no universo de 246 (duzentos e quarenta e seis) Municípios, em 107 (cento e sete) não se constatou quaisquer aplicações por parte dos Municípios, que se pudesse fazer uma leitura de gastos que motivassem qualquer intenção de atrair, hospedar ou promover atividades à visitantes.

Evidencia-se, também, que naqueles que fizeram aplicações, além de permanecer gastos naqueles tradicionalmente reconhecidos como espaços turísticos, as despesas totais não atingem, no geral, 1% (um por cento) do total da receita arrecadada.

Das despesas efetuadas, os maiores gastos foram efetuados com Despesas Administrativas – com pessoal, encargos trabalhistas, materiais de escritório, propagandas, viagens de agentes – seguidas de eventos religiosos (novenas, festas de padroeiras), folclóricos (carnaval), esportivos (futebol) e outros. Em poucos municípios constatou-se despesas significativas com construções, reformas, ampliações, restaurações do patrimônio, etc. Confirmando assim a prática tão usual no Brasil do empreguismo, clientelismo, etc.

Ilustrando a falta de aproveitamento de locais que não são considerados com potenciais turísticos e que perdem por falta de visão, pesquisa, cita-se a cidade de Itaberaí.

Com mais de cem anos de idade, tem patrimônio histórico considerável, sem cadastro e aproveitamento. Esta se desenvolveu contando com o advento de Escola Religiosa, com história de mais de 50 anos, que trouxe freiras oriundas de vários países europeus, que levaram uma diversidade de receitas culinárias, fazendo dali um local de gastronomia rica, transformada com a utilização de produtos locais, perdendo-se, sem a organização de eventos, festivais, publicações, que por certo seria um grande potencial de incremento de receita local.

Nesta perspectiva incluem-se conceitos de turismo responsável, sustentável, ecodesenvolvimento, para os quais existem municípios com grande potencial no Estado, carecendo de incentivos e da indução de estilo de desenvolvimento que respeite as especificidades e particularidades dessas localidades.

O fato de haver legislação que se aplica obrigatoriamente em todas as esferas governamentais, tais como Plano Plurianual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Lei Orçamentária anual, feitas sem critérios de real aplicabilidade, deixa os municípios engessados em planos rígidos, feitos apenas “pro forma”, com um decurso de temporalidade, sem vislumbrar inovações, melhorias reais, deixando pouco espaço para o inusitado, cerceando assim a criatividade que por muitas das vezes emergem e permeiam o setor, que é dinâmico

Verificou-se que o fato de estabelecer diretrizes não significa a concretização das ações sobreditas. A ausência de aplicação de recursos aliada à desconexão dos objetivos, infra-estrutura inadequada (insegurança, limpeza urbana, saneamento básico...) e em contrapartida a preocupação exagerada com a promoção, mídia, participação em feiras, sem dar aos destinos potenciais as condições adequadas.

A prática turística deve incorporar responsabilidade, social, ambiental, na tentativa de assegurar a compatibilidade entre do desenvolvimento com processos ecológicos, mormente na gestão de recursos que possam se regenerar no mesmo ritmo que são utilizados. E, ainda, deverá ser responsável, economicamente, de forma a garantir benefícios que possam ser distribuídos equitativamente entre a comunidade.

Pode-se dizer, entretanto, que mesmo as medidas de planejamento até então tomadas no país carecem de implementação das condições necessárias ao crescimento da atividade. Desse modo, esta pesquisa, não obstante lacunar, tem a singela pretensão de contribuir para a verificação de conjunta de dados, alusivos a gastos de municípios. Referindo-se ao sublinhamento do Estado de Goiás no âmbito da destinação turística e as possibilidades de sua visibilidade para o setor, pela via de melhor planejamento, extensão de aplicação de verbas em outros locais, senão os já adotados.

Nos limites de um exercício monográfico, o estudo ora apresentado constitui-se uma experiência necessária e suporte para outros desdobramentos sobre o tema cuja importância cobra atenção dos organismos do Estado de Goiás, voltados para o turismo. Neste sentido, além do cumprimento da exigência regimental para obtenção do título, vislumbra-se a possibilidade de disponibilizar a pesquisa a todos quantos se interessem, como ocorreu com a autora, pelo desenvolvimento do turismo no Estado de Goiás

## BIBLIOGRAFIA

1. **ANDRADE**, José Vicente de. *Turismo: fundamentos e dimensões*. 6ª ed. São Paulo: Ática, 1995.
2. **BAUER, r**, Gestão da Mudança. Caos e complexidade nas organizações. São Paulo: Atlas, 1999.
3. **BENI**, Mário Carlos. O Profissional do Turismo na sociedade pós-industrial. São Paulo. In **GASTAL**, Susana ( org) Turismo e Investigação Crítica. São Paulo: Contexto, 2002 ( Coleção Turismo Contexto)
4. **BISSOLI**, Maria Ângela Marques Ambrizi – planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação – Ed. Futura, São Paulo, 2002.
5. **BRAGA**, Jose Luiz. **CALAZANS**, Maria Regina - Comunicação e Educação – Questões delicadas na interface. Ed. Hacker, São Paulo, 2001.
6. **Brasil**. Ministério do Turismo
7. **COOPER**, Chris: Fletcher, John, Wanhil, Stephen Gilbert, David: **SHERPERD**, Rebeca. Turismo: princípios e práticas, 2ª ed., Porto Alegre: Bookman, 2001.
8. **DE MASI**, Domenico. O futuro do lazer: fadiga e ócio na sociedade pós-industrial, 3ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, Brasília: Unb, 2000.
9. **DIAS**, Reinaldo. Planejamento de turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. Ed. Atlas, 2002.
10. Diretoria de Desenvolvimento Turístico / AGETUR
11. Diretrizes Operacionais – Programa de Regionalização do Turismo, Brasília 2004/ MTUR
12. Diretrizes, Estratégias e Programas, Goiânia 2003/ AGETUR
13. Gerência da Assessoria de Planejamento
14. **GOELDNER**, Charles R. Ritchie, J R. Brent; **MCIntosh**, Robert W. – turismo: princípios, práticas e filosofias, 8 ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
15. **Goiás** – Plano Estadual do Turismo
16. **LAGE**, Beatriz Helena Gelas. **MILONE**, Paulo César. *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000.
17. **MAGALHÃES**, Cláudia Freitas – diretrizes para o turismo sustentável – Ed. Roca Ltda, São Paulo, 2002.
18. **Manual de Orientação aos Municípios**, Goiânia 2003.
19. **Noronha, Hermano F. e outro** – desenvolvimento municipal – definindo trajetória,...

20. **ORLANDI, Eni Puccinelli** – Análise de Discursos: princípios e procedimento/eni P. Orlandi – Campinas – SP: Pontes, 1999.
21. **Políticas de Turismo** – Brasil
22. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, Brasília 2004
23. **REJOWSKI, Miriam.** Turismo e Pesquisa Científica: Pensamento internacional x situação brasileira, campinas. Ed. Papirus, 1996.
24. **Relatório de Gestão 2000-2004 – Ações** – AGETUR 2004
25. **SOUZA, Maria José de** - Políticas Públicas e o Lugar – vol. 1, UNB – Brasília, 2002.
26. **UNB – Centro de Excelência em Turismo** – Curso de Gestão e Marketing do Turismo – As Políticas Públicas Atuais e o Desenvolvimento do Turismo – Nayara Campos G. M. Coelho – Brasília-Df, março -2002.
27. **UNB – Centro de Excelência em Turismo** – Curso de Gestão e Marketing do Turismo – Políticas de Turismo Públicas de Turismo – Governo, Programas e Parcerias – Christiane Maria Pinto Rocha – Brasília – Df. – 2002.
28. **URRY, Jonh.** O Olhar do Turista: Lazer e Viagens nas Sociedades Contemporâneas. S. Paulo: Nobel, 1996.
29. **Wellbery, David E.** - Neo-retórica e Desconstrução/ David E. Wellbery – Rio de Janeiro: EDUER1, 1998

## ANEXOS

- 1 – Mapa – Estado de Goiás – Regiões Turísticas
- 2 – Pesquisa – Receitas e Despesas Orçamentárias – Municípios do Estado de Goiás–  
Prestação de Contas – Tribunal de Contas dos Municípios – 2003 -2004
- 3 – Relação de Órgãos - Municípios de Goiás– Poderes -Fundações –Fundos - Institutos
- 4 - Tabelas de Classificação dos Municípios – AGERTUR –GO
- 5 – Convênios – Ministério do Turismo/ AGETUR - 2003 -2004
- 6 – Convênios – AGETUR – Municípios de Goiás – 2004
- 7 - Plano Plurianual – 2004/2007 – Objetivos Ministério do Turismo
- 8 - Orçamento União – Ministério do Turismo – Valores 2003 - 2004
- 9 – Investimentos em Goiás – Ministério do Turismo – 2003 – 2004
- 10 – Amostra – Pesquisa por Empenhos – Municípios com “Vocação Turística”
- 11 – Amostra – Tabulação Manual de Dados
- 12 – Amostra – Municípios com Programação Orçamentária para atividade Turística e  
Que Não Realizaram Despesas, nos Exercícios Pesquisados
- 13 – Amostra – Municípios que Privilegiam Gastos no Âmbito Administrativo