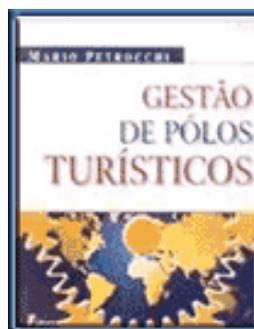


Gestão de pólos turísticos

Mário Petrocchi. Editora: Futura.

Por Aguinaldo César Fratucci

Nos últimos anos os cursos de turismo do Brasil vêm retomando, nos seus projetos pedagógicos, a linha de especialização voltada para o planejamento de áreas e de destinos turísticos. Certamente, o



Programa Nacional de Municipalização do turismo - PNMT, da Embratur, iniciado em 1994, foi um dos motivos dessa retomada, dado que o mesmo vem despertando os municípios brasileiros para a necessidade de planejamento das suas atividades turísticas, como forma de otimizar os impactos positivos e minimizar os negativos que a atividade gera nas comunidades locais.

Diante desse cenário, o livro do professor Mário Petrocchi - Gestão de Pólos Turísticos - mostra-se oportuno e vem sanar uma lacuna bibliográfica importante no universo editorial brasileiro. Tendo como base a sua experiência profissional, principalmente como participante da equipe de elaboração do Plano Estratégico de Turismo do Estado do Espírito Santo desenvolvido por consultores da Catalunha (Espanha), o autor aborda, de forma clara e sistemática, todas as etapas e fases metodológicas do processo de planejamento de pólos turísticos.

O livro está estruturado em duas partes: na primeira, o turismo é apresentado e discutido enquanto fenômeno multidisciplinar complexo, apreensível apenas a partir de uma visão sistêmica e holística. A seguir, é conceituado e

caracterizado o termo pólo turístico.

Partindo do pressuposto que o fenômeno turístico, por sua natureza, caracteriza-se por compor-se de um aglomerado de elementos (hospedagem, alimentação, entretenimentos, lazer etc.) que se estruturam no entorno dos recursos naturais ou histórico-culturais, o autor nos propõe o conceito de pólos turísticos como recurso metodológico para o desenvolvimento de processos de planejamento turístico.

Nesse contexto, nos apresenta o conceito de pólo como sinônimo de "cluster" a partir daquele proposto por Porter: "aglomerados de indústrias e instituições que mantêm ligações particularmente fortes entre si, tanto horizontais quanto verticalmente", constituindo uma forma mais ampla de atuação em rede.

Após desenvolver seus pressupostos conceituais sobre pólos turísticos, Petrocchi oferece um rol de exemplos brasileiros, onde

o conceito de "pólo" foi a base metodológica.

estacam-se os exemplos dos projetos de pólos turísticos do Banco do Nordeste, o projeto "Cresce Minas" e os "clusters" dos Estados do Maranhão, Pará e do Ceará.

Na segunda parte do livro, o autor desenvolve a metodologia de planejamento estratégico e de gestão dos pólos turísticos. Após um histórico das origens do planejamento do turismo e de algumas conceituações básicas, apresenta, de forma detalhada, diversos modelos possíveis de planejamento (urbanístico, econômico, regional e o proposto pela OMT). Essas informações mais conceituais são seguidas da apresentação das premissas de planejamento e de gestão do turismo, onde o autor nos coloca o Código Mundial de Ética no Turismo, as premissas econômicas, o desenvolvimento do projeto de contas satélites de turismo, concluindo com a premissa de que o turismo deve estar norteado dentro do conceito amplo de desenvolvimento sustentável.

O tópico seguinte abordado por Petrocchi está relacionado com as técnicas para análise dos mercados do sistema turístico, apontando para a necessidade do desenvolvimento de estudos detalhados para sua definição. Para ilustrar e informar tal necessidade, apresenta uma análise do mercado turístico nacional e internacional.

A seguir, expõe o roteiro proposto, o qual sistematiza e estrutura as diversas etapas que devem ser seguidas para atingir-se o objetivo de pólos turísticos planejados. Importante ressaltar que o roteiro proposto contempla tanto o nível estratégico como os níveis tático e operacional do planejamento, sempre a partir de uma visão holística da realidade atual, onde a participação ativa da comunidade dos núcleos receptores tem papel essencial. Destaca-se também a proposta de desenvolvimento de estratégias de marketing para os pólos antes da

definição dos programas setoriais, que estabelecem todas as ações, projetos e atividades a serem desenvolvidas para que se atinja os objetivos definidos no processo.

A preocupação de definir claramente o conceito dos produtos a serem estabelecidos como prioritários para o desenvolvimento do pólo em estudo, deixa claro que, atualmente, não existe mais espaço para investimentos baseados na antiga máxima "a oferta gera demanda". O mercado turístico, inserido no mercado econômico global, está cada vez mais exigente e segmentado, exigindo produtos específicos para cada segmento de consumidor. Esses produtos devem ser gerados a partir de estratégias de marketing bastante detalhadas e voltadas totalmente para a relação produto-mercado.

Também nessa parte do livro, chama atenção a preocupação de Petrocchi em apresentar uma série extensa e detalhada de exemplos atuais, baseados em diversos estudos de casos brasileiros e de outros países, que corroboram e comprovam a eficiência dos conceitos e da metodologia propostos por ele.

Dessa forma, são apresentadas informações e dados sobre o Plano Maravilha da cidade do Rio de Janeiro, sobre o Plano Maior - Plano de Desenvolvimento Turístico Integral do Maranhão, além dos planos de desenvolvimento turístico dos Estados do Pará e de Mato Grosso do Sul, dentre outros. Com relação aos exemplos de outros países, destacam-se os casos particularizados de Cingapura e Moçambique.

Em síntese: o livro desenvolve todo o processo de planejamento turístico, contemplando todas as suas fases, etapas e particularidades, sempre com foco nas estratégias de mercado e na participação das comunidades locais. Por isso, revela-se um importante referencial bibliográfico para

aqueles estudiosos do fenômeno turístico interessados na busca de opções, para a implantação de modelos de desenvolvimento turístico sustentável tanto em seus aspectos econômicos, ambientais e políticos como sociais.