

UNESP
Faculdade de Engenharia do Campus de Guaratinguetá

Guaratinguetá
2010

ANA LUISA MOREIRA DA SILVA LEITE

SUBSÍDIOS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA
LOCALIDADE DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA

Monografia apresentada à Faculdade de Engenharia do Campus de Guaratinguetá, Universidade Estadual Paulista, para a obtenção do certificado de Especialista em Gestão da Produção.

Orientador: Prof. Dr. Maurício César Delamaro

Guaratinguetá
2010

L533s Leite, Ana Luisa Moreira da Silva
Subsídios para o desenvolvimento sustentável na localidade de São Luiz do Paraitinga. / Ana Luisa Moreira da Silva Leite – Guaratinguetá : [s.n], 2010.
101f. : il.
Bibliografia: f. 100-101

Monografia de especialização em Gestão da Produção – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Engenharia de Guaratinguetá, 2010.
Orientador: Prof. Dr. Maurício César Delamaro

1. Desenvolvimento sustentável 2. Turismo I. Título

CDU 504

**“SUBSÍDIOS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA LOCALIDADE
DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA”**

ANA LUISA MOREIRA DA SILVA LEITE

ESTA MONOGRAFIA FOI JULGADA ADEQUADA PARA OBTENÇÃO DO
TÍTULO DE “ESPECIALISTA EM GESTÃO DA PRODUÇÃO”

APROVADA EM SUA FORMA FINAL PELO CURSO DE
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DA PRODUÇÃO

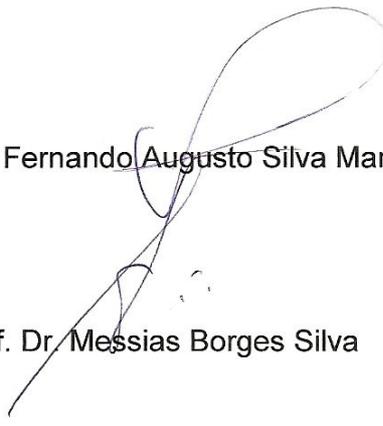
Prof. Dr. Fernando Augusto Silva Marins
Coordenador



Banca Examinadora:



Prof. Dr. Mauricio César Delamaro
Orientador



Prof. Dr. Fernando Augusto Silva Marins

Prof. Dr. Messias Borges Silva

Dados Curriculares

ANA LUISA MOREIRA DA SILVA LEITE

NASCIMENTO: 08.03.1983 – Guaratinguetá / SP

FILIAÇÃO: Hildeberto da Silva Leite.

Adriana Maria Moreira da Silva

2004/2007 Curso de Graduação

Centro Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Guaratinguetá

Dedico esse trabalho ao querido orientador Maurício Delamaro por estar ao meu lado em mais essa etapa da minha vida, por guiar meus passos e me ensinar tanta coisa e ao meu namorado Luís Felipe Figueiredo, por compartilhar comigo mais essa felicidade.

AGRADECIMENTOS

A grande e querida amiga Ana Paula Arezo, por estar ao meu lado em mais uma era de estudo e por facilitar as dificuldades encontradas no caminho. A todos os amigos, sempre.

Felicidade não busques, incauta.

Machado de Assis

Leite, Ana Luisa Moreira da Silva. **Subsídios para o desenvolvimento sustentável na localidade de São Luiz do Paraitinga**. Monografia (Especialista em Gestão da Produção) – Faculdade de Engenharia do Campus de Guaratinguetá, Universidade Estadual Paulista, Guaratinguetá, 2010.

RESUMO

O turismo vem se constituindo em importante campo de atuação nas áreas de planejamento estratégico, qualidade e logística. Ao ampliar-se a compreensão, o turismo passa a ser visto como um fenômeno social complexo. A interpretação da economia do turismo na perspectiva da sustentabilidade implica uma discussão sobre os valores que envolvem a riqueza turística, examinando-os não apenas sob a ótica do impacto comercial em hotéis, das operadoras, das agências, do transporte e da alimentação, entre outros, mas cabe analisar também que o turismo causa impactos negativos. Uma grande preocupação de diversos destinos turísticos é entender quando há sucesso em suas atividades, ou seja, quando os serviços oferecidos estão agradando os visitantes. Outra grande preocupação é conseguir desenvolver suas atividades de maneira a não prejudicar o futuro do destino turístico, não desperdiçando as belezas naturais que chamam a atenção dos visitantes e nem a cultura local, isso se consegue desenvolvendo um turismo sustentável. Tentando agrupar em uma só cidade turística os conceitos de turismo sustentável e entender o sucesso desse destino, o presente trabalho se baseou em duas pesquisas de campo realizadas na mesma cidade em diferentes datas com a intenção de mostrar os diferentes perfis e possibilidades encontradas. A cidade escolhida foi São Luiz do Paraitinga, interior de São Paulo e a pesquisa foi realizada apenas com turistas que freqüentaram a cidade em duas festas destinadas, a Semana da Canção Brasileira, no ano de 2008 e o Carnaval no ano de 2009. O objetivo das pesquisas eram analisar e comparar o grau de sustentabilidade, em suas diversas dimensões; e identificar fragilidades e fortalezas das experiências analisadas como indicativos. As pesquisas conseguiram mostrar as diferenças de perfil dos dois públicos e conseguiu também oferecer algum entendimento do que agrada esses

públicos e, conseqüentemente, trás sucesso a cidade. Outra preocupação da pesquisa e tentar encontrar no turista o conhecimento e preocupação com a sustentabilidade local. Esse trabalho pretende consolidar esses dados e oferecer alternativas de se entender o sucesso de cada festa e ajudar a busca pela sustentabilidade local. Assim é possível planejar as ações do município de maneira a atrair o público desejado e é possível oferecer serviços que agradem esse público.

Palavras-chave: São Luiz do Paraitinga, turismo sustentável e sucesso turístico.

Leite, Ana Luisa Moreira da Silva. **Subsidies for sustainable development in the town of São Luiz do Paraitinga**. Monografia (Especialista em Gestão da Produção) – Faculdade de Engenharia do Campus de Guaratinguetá, Universidade Estadual Paulista, Guaratinguetá, 2010.

ABSTRACT

A major concern of various tourist destinations is understand when there is success in its activities, in other words when services are offered to pleasure the visitors. Another major concern is develop activities in order to not prejudice the future of the destination, not wasting the beauties natural to attention of visitors neither the local culture, this is achieved by developing a tourism sustainable. In order to group in one city tourism concepts of sustainable tourism and understand the success of this destination, this work was based on two field trials conducted in the same city different dates with the intention to show the different profiles and possibilities found. The city chosen São Luiz do Paraitinga, up-country of Sao Paulo and research was conducted only with tourist attend the city into two parties destinations the Semana da Canção Brasileira, in the year 2008 and the Carnival in 2009. The research could show differences profiles of both public and can also offer some understanding of what pleases both audiences and therefore, success for the city. Another concern of research is try to find in the tourist knowledge and concern for local sustainability. This paper aims to consolidate this data and provide alternatives to understand the success of each party and help the search for local sustainability.

Keywords: São Luiz do Paraitinga, tourism successful and sustainable tourism.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Aspectos do desenvolvimento sustentável – Fonte: (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2006, P.19)	30
FIGURA 2 – Cidade de origem do visitante – Semana da canção.....	44
FIGURA 3 – Idade do visitante – Semana da canção.....	45
FIGURA 4 – Estado civil do visitante – Semana da canção.....	45
FIGURA 5 – Sexo do visitante – Semana da canção.....	46
FIGURA 6 – Escolaridade do visitante – Semana da canção	46
FIGURA 7 – Profissão do visitante – Semana da canção	47
FIGURA 8 – Companhia de viagem – Semana da canção.....	48
FIGURA 9 – Crianças no grupo – Semana da canção.....	48
FIGURA 10 – Transporte utilizado – Semana da canção.....	49
FIGURA 11 – Local de hospedagem – Semana da canção.....	49
FIGURA 12 – Tipo de alojamento – Semana da canção.....	50
FIGURA 13 – Loca das refeições – Semana da canção	50
FIGURA 14 – Meio de comunicação – Semana da canção.....	51
FIGURA 15 – Frequência de visitas ao município – Semana da canção.....	51
FIGURA 16 – Tempo de permanência na cidade – Semana da canção	52
FIGURA 17 – Gasto por pessoa por dia – Semana da canção.....	53
FIGURA 18 – Nível de satisfação com o evento – Semana da canção.....	53
FIGURA 19 – Motivo de decepção com o evento – Semana da canção.....	54
FIGURA 20 – Intenção de voltar a cidade – Semana da canção.....	54
FIGURA 21 – Avaliação da hospedagem em relação a higiene e limpeza – Semana da canção.....	55
FIGURA 22 – Avaliação da hospedagem em relação a atendimento – Semana da canção	56
FIGURA 23 – Avaliação do serviço de hospedagem em relação ao preço – Semana da canção.....	56
FIGURA 24 – Avaliação da alimentação em relação a higiene e limpeza – Semana da canção.....	57
FIGURA 25 – Avaliação da alimentação em relação a qualidade e preço – Semana da canção.....	58
FIGURA 26 – Avaliação da alimentação em relação ao atendimento – Semana da canção	58
FIGURA 27 – Avaliação das rodovias de acesso – Semana da canção.....	59
FIGURA 28 – Avaliação do transporte público – Semana da canção.....	60
FIGURA 29 – Avaliação da limpeza da cidade – Semana da canção	60
FIGURA 30 – Avaliação da segurança da cidade – Semana da canção	61
FIGURA 31 – Percepção do visitante em relação a degradação ambiental – Semana da canção.....	62
FIGURA 32 – Tipo de degradação ambiental percebida – Semana da canção.....	62
FIGURA 33 – Conhecimento da Unidade de conservação – Semana da canção.....	62
FIGURA 34 – Conhecimento de problemas ambientais – Semana da canção.....	63
FIGURA 35 – Problema ambiental percebido pelo visitante – Semana da canção.....	63
FIGURA 36 – Percepção do visitante quanto a problemas sociais – Semana da canção.....	63
FIGURA 37 – Problema social percebido – Semana da canção.....	64
FIGURA 38 – Percepção do visitante quanto a projetos sociais – Semana da canção.....	64

FIGURA 39 – Projeto social conhecido pelo visitante – Semana da canção	65
FIGURA 40 – Principal problema da cidade na visão do visitante – Semana da canção	66
FIGURA 41 – Dia da entrevista – Carnaval.....	67
FIGURA 42 – Horário da entrevista – Carnaval	68
FIGURA 43 – Cidade de origem do visitante - Carnaval.....	69
FIGURA 44 – Estado de origem do visitante - Carnaval.....	69
FIGURA 45 – Idade do visitante – Semana da canção.....	70
FIGURA 46 – Sexo do visitante - Carnaval.....	70
FIGURA 47 – Estado civil do visitante - Carnaval.....	71
FIGURA 48 – Escolaridade do visitante – Carnaval.....	71
FIGURA 49 – Profissão do visitante – Carnaval	72
FIGURA 50 – Companhia de viagem - Carnaval.....	73
FIGURA 51 – Crianças no grupo – Carnaval	73
FIGURA 52 – Transporte utilizado – Carnaval	74
FIGURA 53 – Alojamento – Carnaval	74
FIGURA 54 – Tipo de alojamento – Carnaval	74
FIGURA 55 – Locas das refeições - Carnaval.....	75
FIGURA 56 – Meio de comunicação - Carnaval.....	75
FIGURA 57 – Organização da viagem.....	76
FIGURA 58 – Frequência de visitas a cidade – Carnaval	76
FIGURA 59 – Tempo de permanência na cidade – Carnaval	77
FIGURA 60 – Gasto por pessoa por dia – Carnaval	78
FIGURA 61 – Nível de satisfação com o evento – Carnaval	78
FIGURA 62 – Motivo de decepção com o evento – Carnaval	79
FIGURA 63 – Intenção de voltar a cidade – Carnaval	79
FIGURA 64 – Motivo da viagem.....	80
FIGURA 65 – Avaliação da hospedagem quanto a higiene e limpeza - Carnaval.....	80
FIGURA 66 – Avaliação da hospedagem quando ao atendimento – Carnaval	81
FIGURA 67 – Avaliação da hospedagem quanto ao preço – Carnaval	82
FIGURA 68 – Avaliação da alimentação quanto higiene e limpeza – Carnaval	82
FIGURA 69 – Avaliação da alimentação quanto a qualidade e preço – Carnaval	83
FIGURA 70 – Avaliação da alimentação quanto ao atendimento – Carnaval	84
FIGURA 71 – Avaliação das rodovias de acesso a cidade – Carnaval	84
FIGURA 72 – Avaliação do transporte público – Carnaval	85
FIGURA 73 – Avaliação da limpeza da cidade – Carnaval	86
FIGURA 74 – Avaliação da segurança da cidade – Carnaval	86
FIGURA 75 – Avaliação do serviço público de atendimento médico – Carnaval	87
FIGURA 76 – Problema ambiental percebido pelo visitante – Carnaval	88
FIGURA 77 – Conhecimento da unidade de conservação - Carnaval.....	88
FIGURA 78 – Conhecimento dos problemas sociais da cidade – Carnaval	88
FIGURA 79 – Problema social percebido pelo visitante - Carnaval.....	89
FIGURA 80 – Conhecimento de projetos sociais – Carnaval	89
FIGURA 81 – Projeto social percebido pelo visitante – Carnaval	90
FIGURA 82 – Principal problema da cidade na visão do visitante – Carnaval	91

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO.....	15
1.2 OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA.....	15
1.3 MÉTODO DE PESQUISA.....	16
1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	16
2 A CIDADE DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA.....	18
2.1 HISTÓRICO.....	18
2.2 DADOS GERIAIS, DEMOGRÁFICOS E FÍSICOS.....	20
2.3 PONTOS TURÍSTICOS.....	21
2.4 PRODUTOS E SERVIÇOS.....	23
2.5 CULTURA.....	24
2.6 FESTAS.....	26
2.7 PROJETOS.....	27
3 SUSTENTABILIDADE.....	29
3.1 O TURISMO SUSTENTÁVEL.....	32
3.1.1 Impactos ambientais positivos do turismo.....	36
3.1.2 Impactos socioculturais positivos do turismo.....	38
4 O SUCESSO DO TURISMO.....	40
5 DADOS DE PESQUISA.....	44
5.1 SEMANA DA CANÇÃO.....	44
5.2 CARNAVAL.....	67
5.3 O ENTENDIMENTO DOS DADOS.....	92
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	96
6.1 VERIFICAÇÃO DOS OBJETIVOS.....	97
6.2 CONTINUIDADE DO TRABALHO.....	97
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	99

1 INTRODUÇÃO

Há mais de uma década já se pensa em aplicar indicadores de sustentabilidade para as atividades de turismo, assim como também se pensa em mensurar as conseqüências das ações turísticas em cada localidade. É preciso que se tenha consciência que receber um grande número de pessoas traz a cidade inúmeros benefícios, como os financeiros, por exemplo, mas também podem trazer alguns malefícios, como a degradação da localidade.

Quando se pensa em sucesso de uma localidade turística, geralmente pensa em número de turistas, ou seja, quanto maior o número de visitantes, maior se considera o sucesso. Porém essa se mostra uma análise muito superficial das atividades turísticas de uma localidade, é preciso levar em consideração a população local e a sustentabilidade das ações praticadas em nome do turismo.

Em muitos casos vê-se o uso desenfreado dos recursos locais, sejam naturais ou humanos, em troca de algum lucro. Essas ações além de desgastar os recursos locais, também comprometem as atividades futuras e importantes aspectos como o meio ambiente e a cultura local. Pode-se dizer que esse tipo de prática desencadeia a insustentabilidade da cidade como um todo.

O grande impasse quando se fala em medir impactos e sucesso vem a ser a dificuldade de mensuração desses índices, a intangibilidade deles torna essa tarefa complicada e até mesmo polêmica. Nesse estudo partiremos da idéia de que cada localidade deve procurar construir seus próprios índices para que esses sejam compatíveis com as atividades desenvolvidas com o local e que ajudem o desenvolvimento da comunidade local.

Nesse estudo será possível ter a idéia de que algumas atividades turísticas podem oferecer ganho monetário, sócio-cultural e ambiental ao mesmo tempo, enquanto a realização de outras atividades pode trazer benefícios financeiros em detrimento do desenvolvimento local. O ideal é unir ganhos financeiros com ganhos sócio-cultural e ambiental.

A localidade em questão chama atenção pela cultura local e pelas festas que, em sua maioria, são organizadas pela população. Portanto a cultura local e as festas

populares são o grande bem da cidade de pesquisada e preservá-las é mais importante do que se pensar no número de turistas que a visitam.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A pesquisa de opinião apresentada nesse trabalho foi realizada na localidade turística de São Luiz do Paraitinga nos anos de 2008 e 2009. O município possui aproximadamente 10.000 habitantes e a sua principal atividade econômica é a agropecuária, seguida de atividades turísticas. A cidade possui pontos turísticos históricos, datados do final do século XVIII e apresenta vasta cultura local mostradas ao público turístico através da culinária, artesanato, música e suas famosas festas organizadas com a participação da população.

1.2 OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA

O turismo vem se constituindo em importante campo de atuação nas áreas de planejamento estratégico, qualidade e logística. Ao ampliar-se a compreensão, o turismo passa a ser visto como um fenômeno social complexo. A interpretação da economia do turismo na perspectiva da sustentabilidade implica uma discussão sobre os valores que envolvem a riqueza turística, examinando-os não apenas sob a ótica do impacto comercial em hotéis, das operadoras, das agências, do transporte e da alimentação, entre outros, mas cabe analisar também que o turismo causa impactos negativos. O economicismo e o tecnicismo presentes no modelo de desenvolvimento do turismo no Brasil aprofunda, por vezes, a exclusão social e favorece o ressurgimento do caráter exploratório. Se, em todo o mundo há inúmeras evidências de que as diversas atividades econômicas têm ação destrutiva em áreas cada vez maiores, na atividade turística, este contexto não é diferente. Em diversos empreendimentos turísticos, a cultura local tem sido elemento muitas vezes negligenciado; a apropriação de terras para a criação de parques e outras unidades de conservação, assim como a escolha de locais para a instalação de grandes complexos hoteleiros está

freqüentemente associada a riscos e injustiças sociais. Entendendo que a localidade de São Luiz do Paraitinga tem como bem de valor a cultura e a comunidade local e delas vem todos os esforços turísticos, esse estudo tem como objetivos:

- 1 Analisar e comparar o grau de sustentabilidade, em suas diversas dimensões;
- 2 Identificar fragilidades e fortalezas das experiências analisadas como indicativos para a formulação de políticas públicas e para a replicação de iniciativas similares.

A pesquisa de opinião visou traçar o perfil do turista que frequenta a cidade em cada uma das festas pesquisadas ao mesmo tempo que é possível comparar os graus de sustentabilidade dessas festas. Com isso os dados pesquisados e analisados podem ajudar a população local na organização das festas e tomada de decisão em relação as atividades turísticas a serem realizadas na cidade, visto que há interesse do poder público local em preservar características históricas e culturais da localidade.

1.3 MÉTODO DE PESQUISA

Para elaboração desse estudo foi realizada uma pesquisa de opinião na Cidade de São Luiz do Paraitinga executada em duas festas distintas, a primeira foi a Semana da Canção no ano de 2008 onde 246 pessoas foram entrevistadas e expuseram sua opinião sobre a realização da festa e a localidade, através de um questionário elaborado pela equipe da UNESP. A segunda festa onde se realizou novamente a pesquisa de opinião foi o Carnaval do ano de 2008, onde 507 responderam um questionário também elaborado pela equipe da UNESP onde puderam expor sua opinião sobre o Carnaval e sobre a localidade de São Luiz do Paraitinga como destino turístico. Para a realização das análises estatísticas as técnicas usadas foram comparação, média, proporção e estes de dependência.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

A pesquisa foi realizada em duas etapas e em duas datas festivas distintas visando traçar o perfil do turista tanto da localidade de maneira geral, quanto encontrar nuances entre as duas datas. Primeiramente serão apresentados três capítulos de

pesquisa bibliográfica sobre a cidade de São Luiz do Paraitinga, conceitos de sustentabilidade e conceitos de sucesso turístico. Por fim será apresentada a pesquisa de opinião realizada na localidade.

2 A CIDADE DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA

2.1 HISTÓRICO

O site Paraitinga Turismo (www.paraitinga.com.br) dedica uma coluna a história da cidade e relata que no final do século XVIII, o Vale do Paraíba era a região mais povoada da Capitania de São Paulo e tornou-se uma importante zona de penetração para o interior, quando os Bandeirantes se dirigiam ao sertão em busca de índios, pedras e metais preciosos. Em consequência desse tráfego, surgiram vários núcleos de povoamento, como Taubaté e Moji das Cruzes, daí então que o Capitão Vieira da Cunha e João Sobrinho de Moraes alegaram pretender povoar a região dos sertões da Paraitinga e, por isso, receberam do Capitão de Taubaté, Felipe Carneiro de Alcaçouva e Souza as primeiras sesmarias da então Vila de Guaratinguetá, que havia explorado todo aquele sertão, apresentou ao Governador, capitão-general D.Luís Antonio de Souza Botelho Mourão, um requerimento em que vários povoadores lhe pediam para fundar junto ao Rio Paraitinga e entre Taubaté e Ubatuba, uma nova povoação.

A 2 de Maio de 1.769 essa petição foi deferida, recebendo a povoação o nome de São Luiz e Santo Antônio do Paraitinga, sendo a padroeira Nossa Senhora dos Prazeres. No dia 8 de maio de 1.769 o sargento mor Manoel Antonio de Carvalho foi nomeado fundador e governador da nova povoação. Um incentivo do governador geral estimulou a mudança de mais gente para o local que foi elevada à Vila em janeiro de 1.773, instalada a 31 de Março do mesmo ano. Por lei provincial a 30 de Abril de 1.857 foi elevada à categoria de cidade e por título de 11 de junho de 1.873 obteve a denominação de "Imperial Cidade de São Luiz do Paraitinga".

Desde os primeiros tempos de vila, São Luiz caracterizou-se como entreposto de tropeiros, tendo suas primeiras atividades econômicas ligadas à agricultura de subsistência: feijão, mandioca, milho e cana de açúcar. A Vila teve rápido progresso de início, mas depois veio a estacionar na cultura dos cereais e só muito mais tarde deu início à plantação de café e algodão. São Luiz do Paraitinga se caracterizou principalmente pelo desenvolvimento de suas agroindústrias. Essas atividades alimentavam um animado comércio de natureza regional. Na década de 1920 a 1930, a

rapadura teve uma importância significativa no mercado urbano da cidade. Na época, a cidade teve um salto grande na sua população, sendo que em 1920 possuía 1.787 habitantes e em 1935 já possuía 15.129 habitantes.

A partir da década de 30 a pecuária leiteira começou a ganhar importância e hoje se constitui juntamente com uma agricultura de subsistência, uma das principais atividades econômicas do município. Na zona rural, as fazendas construídas em taipa e pedra, são ainda conservadas em seus aspectos originais que representam a fase de prosperidade de São Luiz do Paraitinga.

Aprovado pela Lei Estadual nº 11.197 de 5 de julho de 2002, a cidade se tornou mais uma das estâncias turísticas do estado de São Paulo (www.paraitinga.com.br).

Atualmente é um município economicamente pobre. Chegou a ter 18.000 habitantes na década de 1920. Em 1950, possuía aproximadamente 15.000. Nas últimas 3 décadas, mantêm uma população entre 10.000 e 11.000 habitantes. A taxa de crescimento anual da população nos últimos 29 anos é de apenas 0,37 % ao ano, enquanto, para o mesmo período, para todo o Estado de São Paulo, tem-se a taxa de 1,40 % ao ano.

Como as taxas de natalidade e de fecundidade geral do município são muito próximas às do Estado, conclui-se que o fenômeno da migração é bastante expressivo. O êxodo do município ocorre em direção à calha do Vale do Paraíba, especialmente Taubaté e São José dos Campos, mais industrializadas e com mais oportunidades de emprego. Tal êxodo é de jovens, como pode ser comprovado pelo índice de envelhecimento (proporção de pessoas de 60 anos e mais por 100 indivíduos de 0 a 14 anos) bastante alto, 64%, contra 47% do Estado de São Paulo.

As condições de vida têm melhorado. No entanto, na classificação da Fundação SEADE, o município fica no Grupo 5, caracterizado por baixa riqueza, baixa longevidade e baixa escolaridade. É o grupo dos municípios mais desfavorecidos do Estado, tanto em riqueza como nos indicadores sociais. Tal classificação é feita por meio do Índice Paulista de Responsabilidade Social que sintetizam a situação de cada município no que diz respeito a riqueza, escolaridade e longevidade, e quando combinados geram uma tipologia que classifica os municípios do Estado de São Paulo em cinco grupos.

Percebe-se que, nos últimos anos, a principal melhora tem ocorrido na educação. A atual administração municipal tem mantido a educação como sua maior prioridade, ao mesmo tempo em que se preocupa com o turismo.

A economia do município permaneceu, durante um longo período, restrita à cultura de cereais, até que se iniciassem as plantações de café e algodão. No século XX, mais precisamente a partir da década de 30, a pecuária leiteira começou a se sobressair, tornando-se a principal atividade econômica, ao lado da agricultura de subsistência, que voltou a ganhar importância com a queda da produção cafeeira. Atualmente, a agropecuária (leite, milho, feijão, hortaliças) é fundamental na economia do município, mas tem perdido força e boa parte da produção é para a subsistência das famílias

O fenômeno turístico é antigo em São Luiz do Paraitinga e, em suas origens, está ligado a atrativos naturais, como rios e cachoeiras, à tranquilidade rural e a festas religiosas.

Ao lado deste sucesso e desenvolvimento do turismo, começam a surgir problemas. Foram identificados diversos fatores de insustentabilidade de São Luiz do Paraitinga como destino turístico, bem como outros que fortalecem a sustentabilidade local

2.2 DADOS GERAIS, DEMOGRÁFICOS E FÍSICOS

Coordenadas geográficas: Latitude: 23° 13' 23" – sul

Longitude: 45° 18' 38" - W

Atividades econômicas: Agropecuária (leite, milho, feijão, hortaliças, etc).

Índice pluviométrico: (mm/ano) 1.300

Região administrativa: 3ª. Região - Vale do Paraíba

Reflorestamento: Eucalipto para celulose, carvão em lenha, recursos florestais.

Reservas: Parque estadual da Serra do Mar, Núcleo Santa Virgínia

Municípios limítrofes: Norte: Taubaté - 45 Km

Sul: Ubatuba - 54 Km

Leste: Lagoinha - 24 Km

Oeste: Redenção da Serra - 35 Km

Natividade da Serra - 65 Km

Área do município: 617 Km²

Distância da capital: 170 Km

Altitude média: 742 metros

Topografia: Montanhosa, serrana

Clima: Temperado com inverno seco

Hidrografia: Rio Paraitinga, Rio Paraibuna, Rio Paraíba, Rio Claro, Ribeirão Prata, Ribeirão Turvo e Ribeirão Chapéu

População: 10.417 habitantes (Censo 2.000)

2.3 PONTOS TURÍSTICOS

A cidade de São Luiz do Paraitinga é caracterizada por um rico centro histórico, oriundo da cultura cafeeira. Com cerca de 90 casarões tombados pelo patrimônio histórico pelo CONDEPHAAT (Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico). Belas igrejas, casarões e ruas de pedra feitas pelos escravos. As fazendas antigas do Município correspondem ao século XVIII e XIX, com arquitetura colonial, cuja representatividade é do período áureo do café.

Dentre os pontos turísticos destacam-se a Prefeitura Municipal, praça Dr. Oswaldo Cruz, Mercado Municipal, Igreja Matriz, Igreja do Rosário, Capela Nossa Senhora das Mercês e a casa Dr. Oswaldo Cruz.

Prefeitura Municipal

Construção assobradada remanescente da época do grande desenvolvimento da lavoura cafeeira. Parte integrante do conjunto arquitetônico mais representativo do núcleo histórico-urbano de São Luiz do Paraitinga. Construído segundo os padrões vigentes, no século XIX, para as residências de pessoas abastadas. Seguindo a combinação de soluções mineiras com técnicas paulistas de construção, a prefeitura apresenta embasamento de pedra entaipada, paredes externas de taipa e divisórias de pau a pique.

Praça Dr. Oswaldo Cruz

No passado, o local era conhecido simplesmente como Pátio, Praça da Vila, depois Largo da Matriz. Bem mais tarde, já no século XX, ela recebeu o nome atual em homenagem ao filho mais ilustre da terra, o cientista Oswaldo Cruz. A praça ainda conserva sua característica inicial de ser o espaço privilegiado de encontro da comunidade. Ainda hoje, como no passado, ela é o ponto central de todas as festas religiosas e profanas de São Luiz. Nela se realizam os folguedos e as danças folclóricas como Moçambique, congada, dança de fitas, folias do Divino, folias de Reis, o pau-de-sebo, entre muitas outras manifestações. Palco anual do festival de marchinhas e do tradicional Carnaval de São Luiz (Professor Francisco de Assis Monteiro – www.paraitinga.com.br).

Mercado Municipal

Construído no final do século XIX, possui forma de um quadrilátero todo em arcadas, tendo a parte central descoberta sendo contornado por um corredor. Edificado em 1902, é um exemplo típico das construções com a utilização de tijolos e de uma concepção espacial nova para a cidade. Em 2004, o prédio passou por uma restauração e uma remodelação dos seus boxes. Constitui atualmente um importante ponto turístico, com venda e troca de mercadorias diversas e com a realização de eventos.

Igreja Matriz

A suntuosa Igreja Matriz, de frente para o oeste, na parte mais alta da praça Dr. Oswaldo Cruz, dedicada a São Luís de Tolosa, construída no século XIX, mostra a importância da religião e de seu poder na vida da cidade. Possui pintura nos forros e nos altares e nichos esculpidos.

Uma escadaria de pedras irregulares retiradas dos rios eleva-se até à Igreja Matriz.

Igreja do Rosário

Construída no Século XIX e edificada em estilo eclético, predominando o gótico decadente, constituindo-se em elemento contrastante no conjunto urbano. Construção

em taipa sobre alicerce de pedras da região. Na lateral direita, a Igreja é cercada por muro de pedras, construído por escravos.

Capela Nossa Senhora das Mercês

Uma das primeiras construções da cidade. Dedicada ao culto de Nossa Senhora das Mercês, é datada do século XVIII, mantém características da época construção em taipa, detalhes do interior da capela e sinos originais. Altar em madeira, imagem da santa grávida e teto com pintura representativa das Armas Portuguesas na época do Brasil colônia. Constitui um ponto de atração e em 2004, foi Revitalizada através de parceria entre a Prefeitura Municipal e a iniciativa privada.

Casa Dr. Oswaldo Cruz

Construída em 1834, em taipa-de-pilão, com paredes internas de pau-a-pique. Nesta casa nasceu Oswaldo Cruz, importante médico sanitário na história brasileira. A casa já foi museu, com alguns bons acervos e hoje, após a restauração, é Centro Cultural. Remanesce da antiga propriedade rural, aproximadamente, 200 m de frente a fundo, sendo que a maior parte do terreno original passou a ter função edilícia, hoje integrada no desenho da cidade. No ano de 2005, o imóvel foi revitalizado, através de parceria entre a Prefeitura Municipal e a iniciativa privada.

2.4 PRODUTOS E SERVIÇOS

Alimentação

Segundo Ragazzi (2009) A cidade conta com aproximadamente 21 estabelecimentos de alimentação, entre bares e restaurantes, tendo também alguns botequins onde servem o tradicional "afogado" e "vaca atolada", pratos típicos luizenses.

Hospedagem

São Luiz do Paraitinga possui aproximadamente 20 recursos de serviços de turismo entre hotéis, pousadas e campings. Dentre esses se destaca o Barão Hotel,

sendo o primeiro hotel construído e projetado para a expansão do turismo na cidade em 1997, que se destaca pelas suas características e pelo pioneirismo. O lixo não-orgânico produzido no hotel é conduzido para reciclagem, ajudando desta forma na preservação do meio ambiente da cidade e o valor arrecadado com esta atividade é revertido para entidades carentes da região (RAGAZZI, 2009).

Parque Estadual da Serra do Mar - Núcleo Santa Virgínia

O Núcleo Santa Virgínia é um dos núcleos de desenvolvimento do Parque Estadual da Serra do Mar. Engloba em sua área porções dos municípios de São Luiz do Paraitinga, Natividade da Serra, Cunha e Ubatuba; totalizando uma área de aproximadamente 17.000 hectares de vegetação nativa (Mata Atlântica) caracterizada pela exuberância e riqueza tanto de espécies animais, quanto de vegetais. A região em que se situa o Núcleo Santa Virgínia, por ser acidentada, favorece a formação de cachoeiras que se espalham pelos rios Ipiranga, Ribeirão Grande, Paraibuna e seus afluentes. Protegidos pela floresta esses rios são fonte de água pura para milhares de pessoas que vivem no Vale do Rio Paraíba do Sul, responsável pelo abastecimento de água de cerca de 80% da população da cidade do Rio de Janeiro. Em caminhadas monitoradas no interior do Núcleo é possível chegar até as cachoeiras e observar de perto a diversidade de espécies vegetais e animais que fazem a riqueza natural da Mata Atlântica (www.paraitinga.com.br).

2.5 CULTURA

A cultura local é algo bem característico da cidade, uma de suas festas se caracteriza especificamente pelo tipo de música tocada e pelo artesanato vendido. O artesanato é uma importante fonte de renda para os moradores e a música caracteriza as festas.

Música

Nas primeiras décadas do século vinte, São Luiz distinguia-se entre outras cidades por possuir três bandas musicais: a Santa Cecília, a Santíssimo Sacramento e a

São Benedito. Na música do povo, principalmente da área rural, existiam nessa mesma época 18 grupos de Moçambique, sendo classificada pelo estudioso, pesquisador e folclorista Alceu Maynard Araújo, como a Capital da Zona Moçambiqueira Paulista, além dos cantadores das Folias de Reis e do Divino. Havia também, o "Jazz Marabá" que tocava em associações recreativas, nos cinemas da região e até de São Paulo (www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br). Na década de 80, surgiu o Grupo Regional "Paranga", que alcançou grande receptividade na mídia nacional com um trabalho voltado para a pesquisa da cultura popular local e também sobre as obras do músico e compositor Elpídio dos Santos, pai de 4 componentes do grupo e autor das trilhas sonoras dos filmes do Mazaroppi. Atualmente, há vários grupos musicais da cidade em atividade:

FAMIG - Fanfarra Monsenhor Ignacio Gioia (juvenil e infantil)

Grupo Paranga - (música regional e carnavalesca)

Grupo Estrambelhados - (música regional e carnavalesca)

Orquestra e Coral do Projeto Guri

Artesanato

O artesanato de São Luiz do Paraitinga pode ser considerado rico e variado. Nele encontramos diversas atividades, como a cerâmica, potes, moringas para armazenar água, cuscuzeiros, vasos, juntamente com imagens de santos, animais e figuras típicas do cotidiano luizense.

Outro tipo de artesanato importante que deve ser destacado são os trabalhos em madeira, que são produzidos pelas mãos hábeis e talentosas dos artesãos: gamelas, pilões, monjolos e pequenos engenhos para moer cana, entre outros instrumentos de utilidade doméstica. O artesanato em taboa também tem seu lugar. A taboa é encontrada nos brejos, sendo produzida com mais constância na estação do inverno, depois de seco ao sol. São separadas em tiras finas trançadas. De acordo com a habilidade do executor surgem redes, tapetes e esteiras. O bordado, tricô e crochê são tradicionais, assim como a produção de bonecas de pano e palha (www.paraitinga.com.br).

2.6 FESTAS

São Luiz do Paraitinga ficou famosa pelas suas grandiosas festas. Sejam por motivos religiosos ou não, a cidade tem tradição de organizar festas populares que apresentam muito da cultura regional e divertem a cidade e a região. A seguir um breve relato de cada data festejada e as suas principais características:

Carnaval

O Carnaval de São Luiz do Paraitinga é um dos mais originais do Estado de São Paulo, amplamente divulgado pelos meios de comunicação que ocorre no mês de fevereiro. É baseado na cultura do povo da cidade, com seus mitos, lendas e tradições. Tudo regado a marchinhas carnavalescas de origem local. Blocos e cordões apresentam-se nas ruas, tendo como cenários a praça e os casarões coloniais.

Festa do Divino Espírito Santo

A Festa do Divino em São Luiz do Paraitinga começa sempre numa sexta-feira, normalmente no mês de maio, com uma novena, realizada na igreja matriz. Ali são bentas as bandeiras dos fiéis, que desfilarão pelas ruas nas cerca de 20 procissões realizadas nos 10 dias da festa. É um local de grande devoção popular. A novena prossegue com rezas ou missas, sempre celebradas às 19 horas. Antes das rezas as bandeiras são levadas em procissão do Império para a igreja matriz. As procissões são acompanhadas pela banda de música, pela Folia do Divino e por dezenas de pessoas que levam bandeiras em sinal de devoção e pagamento de promessas por graças alcançadas.

Festa do Saci

A Sosaci (Sociedade dos Observadores de Saci), fundada em 2003, é uma das promotoras da festa que conta com as marchinhas do Bloco do Saci, puxado pelos bonecos criados por um artesão popular: o Zé Paulino e Angu, um casal gigante com cara de pererê. A cada ano, cresce o número de participantes da festa. Os fundadores propuseram a comemoração do “Dia do Saci e Seus Amigos” no dia 31 de outubro, para contrapor ao *halloween*. Mas o mito não se restringe aos bambuzais da área: está

cada vez mais se fortalecendo nacionalmente e vai ser o mascote da Copa de 2014, se depender da campanha da Sosaci (RAGAZZI, 2009).

Semana da Canção Brasileira

No mês de setembro acontece a Semana da Canção Brasileira de São Luiz do Paraitinga. É um projeto organizado pela Secretaria de Estado da Cultura dentro de uma iniciativa de valorização e promoção de eventos de acordo com a vocação cultural identificada em cidades do interior paulista.

2.7 PROJETOS

Segundo Ragazzi (2009) governo e grupos de moradores tentam organizar projetos que ofereçam oportunidades aos cidadãos de São Luiz do Paraitinga. Os projetos visam desde valorizar a cultura local passando adiante as técnicas de artesanato, música ou culinária local, quanto novos conhecimentos, proporcionando desenvolvimento e aprendizado ao cidadão local.

Guri

Criado em 1995 pela Secretaria de Estado da Cultura, o Projeto Guri tem como objetivo desenvolver as habilidades e potencialidades de crianças e adolescentes de áreas culturalmente carentes através da música, reconhecendo esta arte como agente de fortalecimento na construção da cidadania. O Projeto Guri oferece vagas gratuitas e isentas de seleção para o ensino musical de instrumentos tais como de cordas e de sopros. (www.cultura.sp.gov.br).

Oficina Escola de Artes e Ofícios de São Luiz do Paraitinga

O projeto “Oficina Escola de Artes e Ofícios”, conduzido pelo Departamento Municipal de Assistência Social, conseguiu aliar estes dois fatores: a existência de uma demanda local de trabalho para conservação do patrimônio histórico e a necessidade de criar um programa educativo para jovens originários de famílias mais

pobres, que interromperam sua trajetória educacional ou que estão em conflito com a lei.

O projeto possibilitou a 18 adolescentes de 16 a 18 anos aprender uma profissão: a preservação e restauração de bens históricos móveis e imóveis. Além da técnica, eles tiveram acesso a aulas de história, arquitetura e patrimônio histórico, técnicas de gestão, saúde, higiene e segurança no trabalho, entre outras.

O primeiro fruto do trabalho do grupo foi a restauração da Capela Nossa Senhora das Mercês, datada de 1814, reinaugurada em setembro de 2004. O ponto forte do projeto foi a percepção de que era possível aliar, de forma criativa, a demanda local por mão-de-obra especializada à necessidade de oferecer formação profissional e criar oportunidade de geração de renda para os jovens.

Sosaci

A Sosaci (Sociedade dos Observadores de Saci) é uma ONG (Organização Não-Capitalista) que surgiu a partir de uma reunião de amigos num bar de São Luiz do Paraitinga. Os objetivos são defender a cultura popular brasileira e comemorar os mitos. Propuseram a comemoração do “Dia do Saci e Seus Amigos” (Iara, Boitatá, Curupira, etc) no dia 31 de outubro. Há leis aprovadas e sancionadas de comemoração do Dia do Saci no estado de São Paulo e nos municípios de São Luiz do Paraitinga (SP), Fortaleza (CE), Vitória (ES), Pouso Alegre (MG), São José do Rio Preto (SP), além de projetos de lei correndo em vários lugares.

3 SUSTENTABILIDADE

Para se entender o que realmente significa o turismo sustentável, e preciso que, primeiro, se tenha conhecimento do termo sustentabilidade. Segundo o ministério do turismo (2007, p.17) esse conceito pode ser definido como:

Sustentabilidade tem a ver com sustentável, durável. É aquilo que se sustenta por muito tempo. A partir da década de 1960, um novo conceito de desenvolvimento começou a se consolidar, verificando-se desde então uma maior preocupação da comunidade internacional com os limites do desenvolvimento econômico do planeta. Esse desenvolvimento está diretamente relacionado ao modelo de consumo vigente, aos efeitos negativos da acumulação e do desperdício, e aos riscos da degradação do meio ambiente.

Para se trabalhar com sustentabilidade, primeiramente, deve-se entender o que esse termo quer dizer, o conceito prega valores que evitam gastos ou crescimento desordenado, prejudicando a vida em sociedade e o meio ambiente.

Atualmente o termo que mais está ligado a sustentabilidade é o desenvolvimento. Há grande preocupação que o desenvolvimento da sociedade como um todo, deve ocorrer de maneira sustentável, ou seja, de maneira que a sociedade sustente e suporte o desenvolvimento.

O ministério da educação em uma publicação de 2006 reunia alguns conceitos que visavam explicar o que é desenvolvimento sustentável e como esse tema deveria ser tratado em escolas e instituições públicas de ensino. Um conceito muito aceito de desenvolvimento sustentável diz que todo conceito está contido em quatro palavras que definem idéias de recursos limitados, consumo responsável, igualdade e equidade e perspectiva a longo prazo.

A análise dos quatro principais pilares do desenvolvimento sustentável permite, no entanto, obter uma melhor compreensão do conceito: respeito e cuidado pela comunidade de Vida, justiça social e econômica, integridade ecológica, democracia, não violência e paz. Segundo uma definição de desenvolvimento sustentável reconhecida internacionalmente: “O desenvolvimento sustentável satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de as gerações futuras poderem também satisfazer as suas.” (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2006, P.19).

O conceitos de desenvolvimento sustentável reúne respeito ao próximo, justiça, integridade ecológica, não violência e democracia. Vem a se um conceito que luta pelos direitos de todos, de forma a fazer que o direito de um não interfira ou fira o direito do outro.

Um dos valores do desenvolvimento sustentável é o da responsabilidade universal, que vem a ser o sentido de responsabilidade pelo papel que desempenha e por todos os impactos que pode provocar a nível global. Ou seja, é um conceito que acredita que todas as ações estão entrelaçadas e que uma invariavelmente vai mexer com outra, e isso não a nível local apenas, em um nível mais abrangente. Essa idéia está ligada com a consciência da multiplicidade de reações em cadeia, onde uma ação interfere em diversas áreas. Por isso o desenvolvimento sustentável não considerada nada isoladamente, todas as ações são analisadas dentro de um conceito maior e os aspectos sociais, econômicos, ecológicos, culturais, políticos e espirituais estão entrelaçados como na figura 1.

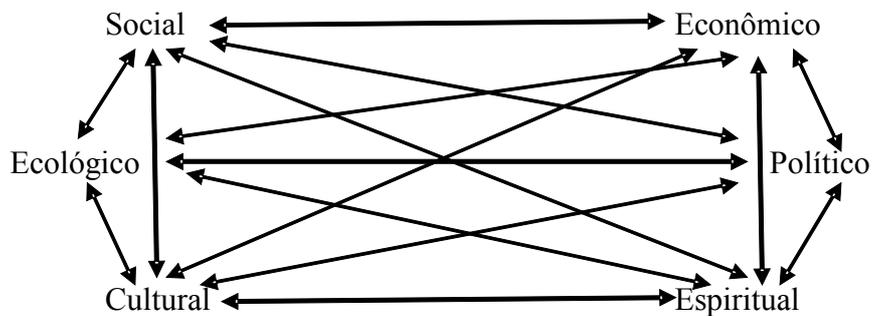


FIGURA 1 – Aspectos do desenvolvimento sustentável – Fonte: (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2006, P.19)

A figura mostra que diversos aspectos estão ligados em relação ao desenvolvimento sustentável, na busca de um desenvolvimento que não seja agressivo ou impróprio é preciso que todos esses aspectos sejam considerados como tendo a mesma importância. Não se pode privilegiar um em detrimento do outro e nem esquecer qualquer um. “Desenvolvimento sustentável é a atividade que harmoniza o imperativo do crescimento econômico com a promoção de equidade social e a preservação do patrimônio natural, garantindo assim que as necessidades das atuais gerações sejam atendidas sem comprometer o atendimento das necessidades das gerações futuras.” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p. 18).

O ministério do turismo (2007) especifica ainda cada um dos quatro princípios do desenvolvimento sustentável, que são:

Sustentabilidade ambiental: assegura a compatibilidade do desenvolvimento com a manutenção dos processos ecológicos essenciais à diversidade dos recursos;

Sustentabilidade sociocultural: assegura que o desenvolvimento aumente o controle das pessoas sobre suas vidas, preserve a cultura e os valores morais da população e fortaleça a identidade da comunidade. Tem por objetivo construir uma civilização mais igualitária, ou seja, com mais equidade na distribuição de renda e de bens, de modo a reduzir o abismo entre os padrões de vida dos ricos e dos pobres;

Sustentabilidade econômica: assegura que o desenvolvimento seja economicamente eficaz, garanta a equidade na distribuição dos benefícios advindos desse desenvolvimento e gere os recursos de modo que possam suportar as necessidades das gerações futuras;

Sustentabilidade político-institucional: assegura a solidez e continuidade das parcerias e compromissos estabelecidos entre os diversos agentes e agências governamentais dos três níveis de governo e nas três esferas de poder, além daqueles atores situados no âmbito da sociedade civil.

O conceito de sustentável diz que deve-se agir de maneira a não prejudicar nenhum outro aspecto envolvido em sua ação. O desenvolvimento sustentável vem a ser a maneira onde se desenvolvem ações conscientes e que proporcionem sustentabilidade.

Ainda segundo o ministério do turismo (2007) foi a partir de 1984 que começou-se a se preocupar com o turismo sustentável, quando a Organização das Nações Unidas (ONU) criou a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, que tinha então três objetivos principais:

1. Reexaminar questões críticas relacionadas ao meio ambiente e ao desenvolvimento, formulando propostas para enfrentá-las;
2. Propor novas formas de cooperação internacional para tratar dessas mesmas questões, que influenciassem as políticas e acontecimentos em direção às mudanças desejadas;
3. Elevar os níveis de compreensão e engajamento de indivíduos, organizações voluntárias, empresas, institutos e governos, com relação aos problemas ambientais e de desenvolvimento.

Admitindo como referência esse conceito, podemos identificar uma mudança na forma de se perceber o desenvolvimento. Se tradicionalmente o desenvolvimento implicava apenas o crescimento econômico, a adoção do termo sustentável inclui uma preocupação com o impacto das decisões atuais na qualidade de vida das próximas gerações.

Assim, a introdução da noção de desenvolvimento sustentável socializou o debate sobre o desenvolvimento, estimulando o diálogo e a tomada de decisões colegiadas entre os governos e a sociedade civil, definindo a participação e a cooperação como as bases que permitem uma maior eficácia das decisões políticas e econômicas.

É de fundamental importância que se entendam esses conceitos, para que entenda o turismo sustentável. Esse é um tema que surgiu dentro do desenvolvimento sustentável, pois, muitas vezes, a atividade turística proporciona desenvolvimento a certa localidade, mas nem sempre esse é um desenvolvimento saudável para a população local, nem sempre é sustentável.

3.1 O TURISMO SUSTENTÁVEL

O desenvolvimento turístico proporcionou a diversas localidades grande desenvolvimento econômico. Pequenas localidades, por exemplo, passaram a receber um volume de turistas que muitas vezes ultrapassava o número de habitantes locais. Sendo assim, esse desenvolvimento não trouxe apenas benefícios, trouxe diversos problemas a localidade turística, que sempre fica dividida entre o lucro financeiro e a sustentabilidade local.

Atualmente, o turismo tende a desempenhar um papel cada vez mais relevante na economia de muitas cidades brasileiras, especialmente as que têm em seus recursos naturais sua principal fonte de atratividade. Entretanto, estes recursos naturais vêm sofrendo diversos tipos de impactos, alguns dos quais causados diretamente pela atividade turística.

É importante que se entenda que o desenvolvimento turístico não, necessariamente, tem que trazer insustentabilidade para a localidade. Pode-se

combinar desenvolvimento sustentável a desenvolvimento turístico, criando um desenvolvimento sustentável do turismo local. Consegue obter, assim, o turismo responsável, apresenta-se como uma alternativa para o

O desenvolvimento do turismo baseado não apenas na conservação dos atributos ambientais dos locais em que o mesmo pode vir a ser implantado, mas também na melhoria das condições sócio-econômicas das suas comunidades. Assim, ao desenvolvê-lo, é imprescindível adotar ações direcionadas ao seu planejamento e gestão, visando minimizar os impactos que a atividade turística exercerá sobre o local, especialmente quando este local é uma Unidade de Conservação – UC –, isto é, uma área com fins de proteção ao meio ambiente (OLIVEIRA; FONTANA, 2006).

O destino turístico de São Luiz do Paraitinga é um exemplo de local que possui uma UC, esse vem a ser um importante atrativo da cidade, que oferece além de linda paisagem, opções de lazer e prática de esporte radical. Porém uma unidade dessa deve ter a conservação como foco principal. Não se pode comprometer a preservação de uma área sob proteção visando os lucros com o turismo. Porém uma correta gestão da sustentabilidade local, irá mesclar preservação e atividades turísticas, de modo a satisfazer as duas partes.

Segundo o ministério do turismo (2007) o conceito de sustentabilidade deve ser entendido como princípio fundamental na reformulação do planejamento turístico nacional. Face à sua relevância como elemento orientador do modelo de desenvolvimento turístico desejado. As relações entre turismo e sustentabilidade devem ser abordadas por meio dos princípios que norteiam o entendimento dos seus distintos campos. Para o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, esses princípios são os seguintes:

1. Sustentabilidade ambiental;
2. Sustentabilidade econômica;
3. Sustentabilidade sociocultural;
4. Sustentabilidade político-institucional.

O Conselho Brasileiro para o Turismo Sustentável, realiza constantes estudos visando analisar as formas de se operacionalizar o desenvolvimento turístico de

maneira sustentável. Assim chegou-se a sete princípios técnicos que visam garantir a sustentabilidade de destinos turísticos, e tenta garantir também um desenvolvimento saudável. Os princípios são (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007):

- 1. Respeitar a legislação vigente:** o turismo deve respeitar a legislação vigente no País, em todos os níveis, e as convenções internacionais de que o Brasil é signatário;
- 2. Garantir os direitos das populações locais:** o turismo deve buscar promover mecanismos e ações de responsabilidade social, ambiental e de equidade econômica, inclusive a defesa dos direitos humanos de uso da terra, mantendo ou ampliando, a médio e longo prazos, a dignidade dos trabalhadores e comunidades envolvidas;
- 3. Conservar o meio ambiente natural e sua diversidade:** em todas as fases de implementação e operação, o turismo deve adotar práticas de mínimo impacto sobre o ambiente natural, monitorando e litigando efetivamente os impactos, de forma a contribuir para a manutenção das dinâmicas e processos naturais e seus aspectos paisagísticos, físicos e biológicos, considerando o contexto social e econômico existente;
- 4. Considerar o patrimônio cultural e valores locais:** o turismo deve reconhecer e respeitar o patrimônio histórico e cultural das regiões e localidades receptoras a ser planejado, implementado e gerenciado em harmonia com as tradições e valores culturais, colaborando para o seu desenvolvimento;
- 5. Estimular o desenvolvimento social e econômico dos destinos turísticos:** o turismo deve contribuir para o fortalecimento das economias locais, a qualificação das pessoas, a geração crescente de trabalho, emprego e renda e o fomento da capacidade local de desenvolver empreendimentos turísticos;
- 6. Garantir a qualidade dos produtos, processos e atitudes:** o turismo deve avaliar a satisfação do turista e verificar a adoção de padrões de higiene, segurança, informação, educação ambiental e atendimento estabelecidos, documentados, divulgados e reconhecidos;
- 7. Estabelecer o planejamento e a gestão responsáveis:** o turismo deve estabelecer procedimentos éticos de negócios visando engajar a responsabilidade social, econômica e ambiental de todos os integrantes da atividade, incrementando o comprometimento do seu pessoal, fornecedores e turistas em assuntos de

sustentabilidade, desde a elaboração de sua missão, objetivos, estratégias, metas, planos e processos de gestão.

Nota-se que os sete princípios técnicos ultrapassa a idéia de que sustentabilidade refere-se apenas a preservação ambiental ou ecologia de uma localidade. Esse é apenas um princípio que deve ser levado em consideração, porém atualmente, tem-se consciência de que garantir renda e ensino a população local, conservação do patrimônio local, garantir o desenvolvimento das atividades turísticas mantendo qualidade e planejar as ações do município levado em consideração as atividades turísticas, são tão importantes quanto a preservação ambiental.

Oliveira e Fontana (2006) ressaltam que até mesmo para garantir a preservação de uma unidade de conservação em um destino turístico, é preciso que todos os princípios sejam levados em consideração.

Para que a sustentabilidade das atividades turísticas nas Unidades de Conservação – UCs – possa ser atingida, faz-se necessário à adoção de critérios e indicadores que garantam o desenvolvimento das atividades correlatas destes empreendimentos turísticos em ecossistemas tão frágeis e suscetíveis a fontes de impactos ambientais, sócio-culturais e econômicos. Além disso, estes critérios e indicadores devem ser rigorosamente observados, sob o risco de inviabilizar não apenas o empreendimento, mas degradar os ecossistemas em que estes empreendimentos encontrar-se-ão inseridos (OLIVEIRA; FONTANA, 2006, p. 2).

Garantir a preservação de unidade de conservação em uma localidade turística é essencial, porém não deve ser o foco do local. As principais ações devem ser voltadas para a conscientização da população local em relação a importância da atividade turística e em relação ao desenvolvimento sustentável dessas ações. É preciso garantir a sobrevivência da sociedade local, fazendo com que ela trabalhe ativamente na atividade turística, gerando renda e conseqüente desenvolvimento para a cidade.

Assim as unidades serão preservadas de maneira natural, afinal o morador local irá primar pela conservação de sua geração de renda. O turismo pode vir a ser um impulsionador de cultura e aprendizado, fazendo os próprios moradores locais se desenvolverem e aproveitarem os benefícios do turismo.

Turismo sustentável é a atividade que satisfaz as necessidades dos turistas e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto a integridade cultural, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro. Verifica-se, portanto, que os produtos turísticos sustentáveis são desenvolvidos em harmonia com o meio ambiente, com as comunidades e culturas locais, de forma que estas se convertam em permanentes beneficiários e deixem de ser espectadoras de todo o processo de desenvolvimento (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p. 25).

É fundamental o entendimento de que a sustentabilidade está ligada ao equilíbrio das atividades. Quando se planeja e organiza todas as atividades turísticas a fim de oferecer conforto ao turista e primar pela conservação e desenvolvimento da localidade, é possível satisfazer os turistas sem prejudicar o morador local.

De acordo com o ministério do turismo (2007) dois aspectos fundamentais participam efetivamente do equilíbrio e da harmonia na construção da sustentabilidade: a questão política, que está presente em todo o processo e pode estimular, de maneira definitiva, o desenvolvimento do turismo em bases sustentáveis; a questão da qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, fator que influencia diretamente a demanda e que pode ser definitivo para o sucesso de um destino ou região turística.

As atividades turísticas precisam ser planejadas de maneiras sustentável, ou seja, pensando-se em todas as esferas que envolvem o turismo e não somente em conforto ao cliente ou preservação de áreas protegidas. É preciso que se proteja a comunidade local, oferecendo a ela oportunidades de ensino e trabalho, também é preciso que se proteja as unidades de conservação e é preciso que se use a renda ganha com o turismo na própria localidade, executando ações que beneficiem visitantes e comunidade local.

A sustentabilidade turística visa o uso prolongado da localidade como opção de turismo, porém oferecendo benefícios a todos os participantes da atividade, usando conscientemente os recursos disponíveis e favorecendo sempre o nativo local.

3.1.1 Impactos ambientais positivos do turismo

O turismo bem planejado consegue trazer inúmeros benefícios ambientais a localidade turística. O ministério do turismo (2007) lista os seguintes benefícios:

Aumento no investimento para conservação e manutenção do ambiente visitado, por meio de contribuições financeiras diretas, resultantes da venda de serviços, da compra de ingressos em parques ou do pagamento de taxas ambientais em determinados destinos. Uma parte dos recursos arrecadados pode e deve ser investida na conservação e manutenção do ambiente visitado;

Melhoria das condições ambientais do destino, aliada à melhoria da infra-estrutura básica da localidade, como os sistemas de saneamento, de transporte (estradas de acesso etc.), de comunicações, de saúde, paisagismo da área urbana (praças, calçadas etc.), trazendo benefícios para a população local. Os recursos para efetivar essas melhorias podem vir por meio de contribuições financeiras indiretas, como o pagamento de impostos, por meio do recebimento do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) ecológico, por meio de empréstimos diretamente vinculados à vocação turística da localidade, como por exemplo por meio de programas do Governo Federal como o Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) e o Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal (PROECOTUR);

Geração de emprego e renda. Em áreas naturais, as oportunidades que o turismo oferece podem ajudar a diminuir a pressão sobre o uso não sustentável e, às vezes, ilícito dos recursos naturais, o que ameaça a integridade das Unidades de Conservação (UCs) do país. O turismo produz impactos em diversos segmentos da economia, empregando em sua cadeia desde mão-de-obra mais qualificada, em áreas que se utilizam de alta tecnologia (como transportes e comunicação), até a de menor qualificação, tanto no mercado formal quanto no informal. São várias as oportunidades de ganho para as comunidades que vivem no entorno das UCs. Como exemplo, pode-se citar a confecção e a venda de artesanato, o fornecimento de alimentos para hotéis e restaurantes por meio da agricultura familiar, a venda direta de produtos da terra ou doces feitos de forma artesanal, a disponibilização de animais de montaria para o turismo equestre ou turismo rural, entre outros;

Escolha e uso eficiente de tecnologias ambientalmente saudáveis, que não degradem o ambiente, e de fontes limpas de energia que poderão ser adotadas, a partir da conscientização do poder público, iniciativa privada, sociedade civil e terceiro setor, sobre os seus benefícios;

Conservação, preservação, proteção e recuperação dos ambientes naturais. O turismo pode agregar valor às áreas naturais, principalmente às Unidades de Conservação, como parques e reservas particulares, na medida em que esses ambientes são cada vez mais procurados pelos turistas. O poder público local e os empresários do

setor tendem a investir em medidas de conservação, a fim de manter a qualidade e conseqüente atratividade dos destinos. Com uma visitação organizada e controlada, é possível utilizar de maneira sustentável as áreas naturais mais preservadas. Além disso, o turismo pode induzir ou estimular a recuperação de áreas degradadas, uma vez que a qualidade ambiental da área está se tornando pré-requisito para a escolha do local pelo turista;

Sensibilização dos turistas para as questões ambientais, ampliando sua percepção da realidade e contribuindo para conservação e proteção do ambiente visitado (responsabilidade compartilhada). Quanto ao poder público local, a iniciativa privada, a sociedade civil e o terceiro setor, a percepção de que a competitividade do destino está diretamente ligada à sua qualidade ambiental pode também operar mudanças de postura em relação aos cuidados com o meio ambiente.

3.1.2 Impactos socioculturais positivos do turismo

Esse ponto é sempre um pouco esquecido quando se fala de turismo e sustentabilidade. Pensa-se na preservação do meio ambiente, no conforto e comodidade ao visitante e na melhoria da cidade em si como ponto turístico. Porém muito pouco se pensa na sociedade e cultura local. Muitas localidades que ficaram famosas por artesanato, por exemplo, já não tem mais produto a oferecer, pois a cultura da produção se perdeu com o tempo. Os problemas sociais assolam a cidade, pois o poder público tem sua atenção voltada ao turismo e ao turista.

O próprio ministério do turismo (2007) reconhece que atividades turísticas podem sim trazer benefícios socioculturais, só é preciso que olhe para a sociedade e cultura local.

Por outro lado, o turismo pode ajudar a estimular o interesse dos moradores por sua própria cultura, suas tradições, costumes e patrimônio histórico, uma vez que os elementos culturais de valor para os turistas são recuperados e conservados, para que possa ser incluídos na atividade turística. Esse despertar cultural pode constituir uma experiência positiva para os moradores, dando-lhes certa conscientização sobre a continuidade histórica e cultural de sua comunidade que, por sua vez, podem se tornar aspectos que potencializem a atratividade do lugar (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p. 52).

Com o turismo a cultura local pode ser resgatada e valorizada, ajudando na geração de renda. Não somente isso, de maneira natural a atividade turística contribui para melhoria no saneamento básico e restauração de monumentos históricos. O ministério do turismo ressalta que se pode dividir em dois os benefícios socioculturais oriundos do turismo:

- A preservação e a reabilitação de monumentos, edifícios e lugares históricos;
- A revitalização dos costumes locais: artesanato, folclore, festivais, gastronomia.

As atividades turísticas podem acelerar e incentivar o reconhecimento da comunidade local e de sua cultura em relação a artesanato, culinária, folclore e festas populares, assim como proporciona conservação da cidade e estimula ações básicas de preservação da cidade turística.

Os impactos socioculturais da atividade turística podem ser benéficos quando entusiasma os moradores a buscar e trabalhar por melhorias, ou seja, melhorar a qualidade de vida e fomentar os valores ligados à igualdade. Por exemplo, os postos de trabalho proporcionados pela atividade turística têm permitido maior mobilidade na escala social em comunidades muito hierarquizadas. Por último, outro impacto benéfico que o turismo pode oferecer é o intercâmbio cultural entre moradores das regiões receptoras e visitantes. Esse tipo de experiência incide diretamente sobre a percepção do visitante em direção a outras culturas e maneiras de viver, aumentando a compreensão e o respeito às diferenças (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p. 53).

É fácil perceber a importância e benefício das atividades turísticas em uma localidade dela dependente. Porém é necessário que o poder público invista em planejamento sustentável para que nenhum benefício venha a se transformar em problema sociocultural local. É preciso se lembrar que visitantes vão e vem, mas moradores locais permanecem na cidade e precisam de ensino, trabalho, lazer, cultura, enfim, condições dignas de vida e eles devem que ser vistos como parceiros potenciais do município.

4 O SUCESSO DO TURISMO

A grande questão concentra-se em descobrir em que se concentra o indicador ou os indicadores de sucesso de uma localidade turística. Na maior parte dos casos entende-se que quanto maior o número de turistas, maior o sucesso da localidade. Porém essa máxima sobre o sucesso tem se mostrado cada dia mais frágil, principalmente quando se trata de sustentabilidade.

Não basta apenas lotar uma localidade de visitantes, sem se pensar na sustentabilidade local ou na comodidade desses visitantes. É necessário que a localidade tenha um ciclo de vida longo e que a atividade turística traga frutos a comunidade local.

Estudos feitos por Thurot sobre a realidade do turismo no Caribe, propôs um modelo de análise da evolução do turismo, baseado na sucessão das classes sociais. Para ele as destinações turísticas passam por três fases (RUSCHMANN 2004, p. 93):

1ª fase: Descoberta por turistas ricos e construção de um hotel de classe internacional;

2ª fase: Desenvolvimento de hotéis para a classe média-alta;

3ª fase: Perda da originalidade e advento da classe média e do turismo de massa.

São Luiz do Paraitinga parece estar caminhando para a terceira fase, principalmente na perda da originalidade, pode-se enfatizar que o seu sucesso não está apenas nos casarões antigos ou na unidade de conservação, que alias é pouco conhecida, está nas pessoas, nas tradições, na organização de grandiosas festas, na culinária chamada de caipira e no rico artesanato. É isso que não pode se perder com o tempo, é nisso que a cidade deve se focar, em manter a tradição que trouxe o sucesso.

A duração de cada fase depende do tempo que a classe média leva para chegar ao local e a rapidez com que as classes ociosas tradicionais encontram novas destinações

Esse, porém, não é o único estudo que consegue encontrar fases no ciclo de vida turístico, segundo Castro (2008), Pierre Eugène, analisou a situação de algumas localidades européias frente à invasão de turistas e acredita que esses lugares passaram por quatro fases:

1ª fase: o turismo revela os recursos naturais, valorizando-os;

2ª fase: o número de visitantes vai aumentando, constituindo o turismo de massa, e verifica-se uma degradação ambiental;

3ª fase: recuperação, mediante regulamentação ou através de obras de reposição, embora haja muitas perdas irreparáveis;

4ª fase: reconciliação, incorporando estudos que possam subsidiar planos turísticos, incluindo-se o componente ambiental.

Nesse caso, a cidade de São Luiz do Paraitinga parece estar saindo da segunda fase e caminhando entra a terceira e quarta fase, a população local já identificou uma grade degradação ambiental devido ao grande número de turistas. Há algumas ações que se encaixam na terceira fase, tentativas de reparação de danos e outras ações da quarta fase, com estudos focados no turismo local, incluindo não só o componente ambiental, mas todo conceito de sustentabilidade.

O conceito de ciclo de vida das destinações turísticas foi criado por R. W. Butler em 1980, baseado na teoria desenvolvida pelo marketing de produtos, e aplicou-o para estudar o crescimento e o declínio dos equipamentos turísticos e das regiões nas quais estes se localizavam. Resumidamente o ciclo vital de um núcleo é composto pelas seguintes fases: exploração, investimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação e declínio ou rejuvenescimento (CASTRO, 2008, p. 26)

Exploração: quando a localidade apresenta algumas facilidades para os primeiros visitantes, que são ampliadas rapidamente pela população local na fase seguinte;

Investimento: com o objetivo de auferir lucros na criação de um mercado forte e fiel. Nas fases iniciais do desenvolvimento, as destinações turísticas são visitadas pelos turistas exploradores ou pelos turistas alocêntricos (pessoas que buscam novidades e aventuras);

Desenvolvimento: a participação e o controle dos equipamentos pela população local caem rapidamente e dão lugar às facilidades criadas por organizações externas, que estimulam o crescimento do número de visitantes;

Consolidação: se caracteriza pelo domínio de empresas e serviços multinacionais, cuja participação ajuda a controlar os custos e a manter a competitividade do local diante de outras destinações. Os turistas psicocêntricos, caracterizados pela exigência de conforto e segurança nas localidades turísticas, são sua clientela no período do apogeu;

Saturação: o apogeu quantitativo da demanda é alcançado nessa fase e nota-se a estagnação, a partir daí, a destinação começa a decair na preferência dos turistas, ou seja, quando a localidade passa a receber o turismo de massa, que lotam os

equipamentos para viabilizá-los economicamente, os preços baixam e passam a atrair uma demanda de menor poder aquisitivo. A localidade passa por um desgaste econômico, social e ambiental;

Opção por declínio ou rejuvenescimento: depois de constatada a estagnação das atividades turísticas, a localidade tem duas opções, continuar investindo no turismo de massa não importando a sustentabilidade local, que inclusive a essa altura já foi deixada de lado, ou investir no rejuvenescimento das atividades, buscando resgate na cultura e da comunidade local, com foco na sustentabilidade.

Tudo indica que, atualmente, São Luis do Paraitinga esteja buscando o rejuvenescimento de suas atividades turísticas. A localidade já passou pela massificação do turismo, eventos onde o número de visitantes recebidos é maior que o número de moradores. A cidade é famosa por suas festas e essas festas parecem melhorar e aumentar a cada ano. Porém esse não é indicador de qualidade das atividades turísticas, é preciso uma análise mais profunda para defender o sucesso.

Zaoual (2009) defende a transição de um turismo de massa para o turismo situado, devido a demanda de turistas ter se tornado mais exigente e exprimir necessidades em cultura local e meio ambiente, não se deve mais apostar na massificação do turismo, como modelos prontos de eventos em que quanto maior o número de pessoas, maior a idéia de sucesso.

Tais exigência parecem em total contradição com a oferta do turismo de massa que privilegia o lucro imediato e a grande escala, destruindo assim a qualidade relativa dos sítios turísticos. Essa multidão de anomalias que recai sobre o turismo dominante serve a compreender as novas tendências da consumação turística. A crise do reinado da quantidade abriu então a qualidade. O que é também sinônimo de uma crise do paradigma e das práticas clássicas do turismo em geral, abrindo assim o caminho a novas aproximações (ZAOUAL, 2009, p. 57).

A massificação do turismo gera a localidade o que o autor chama de anomalias, que ao os danos causados por um turismo desenfreado. Essas anomalias podem ser ambientais ou a comunidade local que fica esquecida dando lugar a turistas.

Atualmente São Luiz do Paraitinga parece caminhar para a construção de um turismo situado, que segundo Zaoual (2009) consiste em postular que uma mudança econômica consistente e durável de um território pressupõe a tomada do senso comum partilhado pelos atores da situação. E este senso comum indica como o sistema de

valores e as representações eu tem ocorrência no sitio considerada influenciam as práticas econômicas, e também as praticas sociais.

Uma maneira de procurar uma desmassificação do turismo foram as pesquisas encomendadas pela cidade a Universidade Estadual Paulista (UNESP) onde durante dois ventos festivos o público foi consultado sobre diversos aspectos turísticos e locais.

A idéia é não só entender a percepção do visitante em relação a localidade, mas também embasamento para ações que visem minimizar impactos e melhorar a qualidade dos serviços turísticos oferecidos.

5 DADOS DE PESQUISA

5.1 SEMANA DA CANÇÃO

Durante a Segunda Semana da Canção Brasileira, em setembro de 2008 foram realizadas 246 entrevistas com turistas de São Luiz do Paraitinga. O objetivo era perceber a opinião popular em relação ao festival que acontecia, ao turismo na cidade e traçar um perfil dos visitantes.

Para realização da pesquisa foi elaborado um questionário da seguinte maneira: foi dividido em quatro partes: identificação, características da viagem, avaliação da infra-estrutura e percepção quanto a sustentabilidade do destino.

Analisando os dados conseguidos com a pesquisa de campo é possível perceber um turista preocupado com a localidade e a população local, que prima pelo sossego e conforto de sua viagem e entende que a localidade precisa ser preservada.

A primeira parte do questionário destinava-se a traçar um perfil do visitante, identificando sua cidade de origem, idade, estado civil, escolaridade, profissão e transporte utilizado para chegar a São Luiz do Paraitinga.

A primeira pergunta era sobre a cidade de origem e a Figura 2 mostra os resultados obtidos.

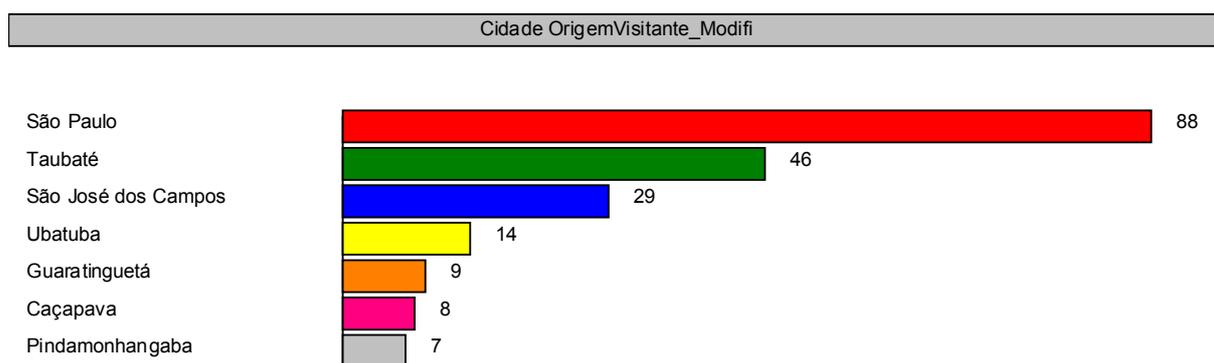


FIGURA 2 – Cidade de origem do visitante – Semana da canção

Quanto a cidade de origem nota-se a maior concentração de visitantes do estado de São Paulo, com grande concentração na capital paulista seguida pelas cidades do Vale do Paraíba. As demais cidades somam apenas 18,2% do total.

A Figura 3 irá ilustrar os dados referentes a idade dos visitantes, onde o eixo X representa os intervalos das idades e o eixo Y reapresenta a freqüência de respostas.

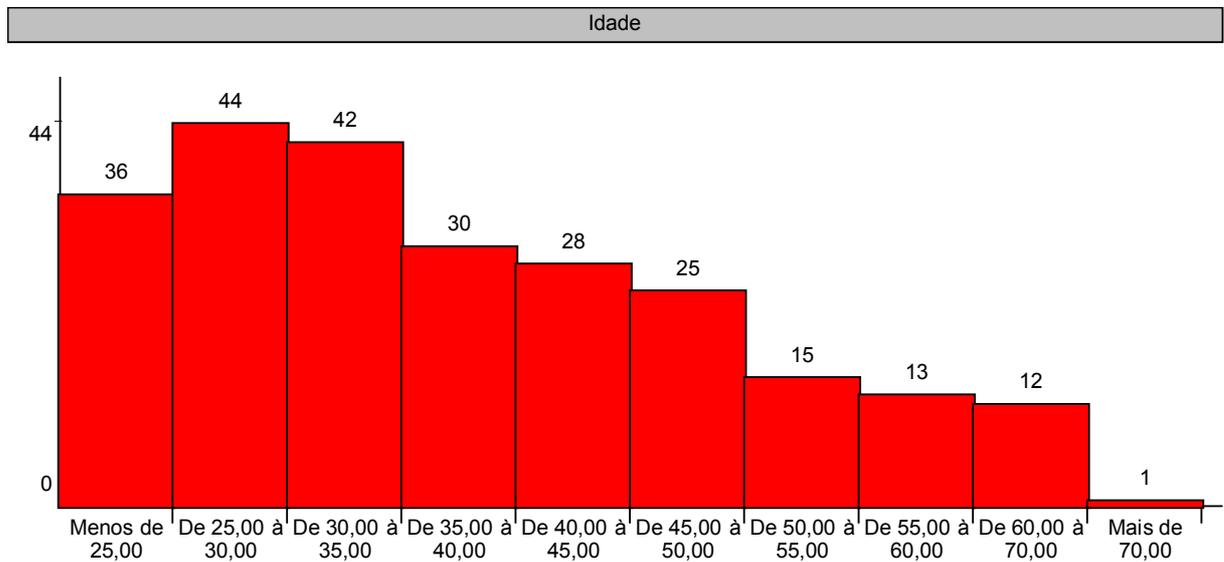


FIGURA 3 – Idade do visitante – Semana da canção

Em relação a idade dos visitantes a média da idade foi de 37 anos. Deve-se ressaltar que não foram entrevistadas crianças e que há um desvio padrão de 12 anos. O gráfico mostra que apenas 16,6% dos entrevistados possuem mais de 50 anos, o que pode vir a confirmar o mito de que o turismo de São Luiz do Paraitinga atrai os jovens. Porém esse evento, em específico, mostra que a faixa de idade predominante gira em torno das faixas intermediárias, ou seja, entre 25 e 35 anos.

A Figura 4 irá representar as respostas obtidas em relação ao estado civil dos visitantes respondentes.

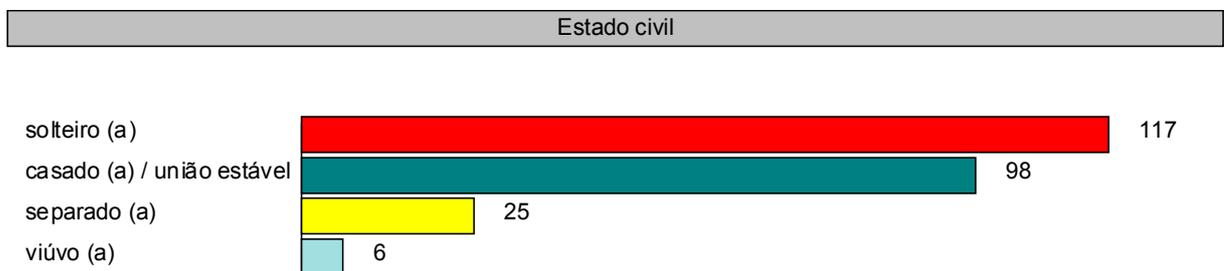


FIGURA 4 – Estado civil do visitante – Semana da canção

A Figura 4 mostra que a maior freqüência é de visitantes solteiros, seguidos por casados ou de união estável. Os separados somam somente 10,2% e os viúvos apenas 2,4%.

Em relação ao sexo, a Figura 5 mostra um equilíbrio.



FIGURA 5 – Sexo do visitante – Semana da canção

A Figura 6 ilustra os resultados obtidos sobre a escolaridade dos visitantes respondentes.

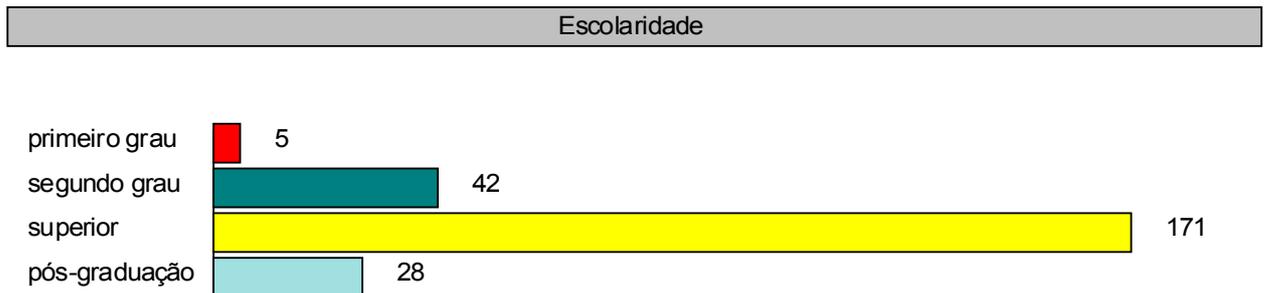


FIGURA 6 – Escolaridade do visitante – Semana da canção

Quanto a escolaridade e presença de visitantes que diz ter nível superior completo ou em andamento é a maior frequência com certa folga. Quando se leva em consideração os visitantes que dizem possuir pós graduação chega-se a quase 80% dos entrevistados. Pode-se perceber que a cidade recebe turistas considerados a pequena parcela da população em geral com acesso ao ensino superior.

A Figura 7 mostra a seqüência das profissões citadas:

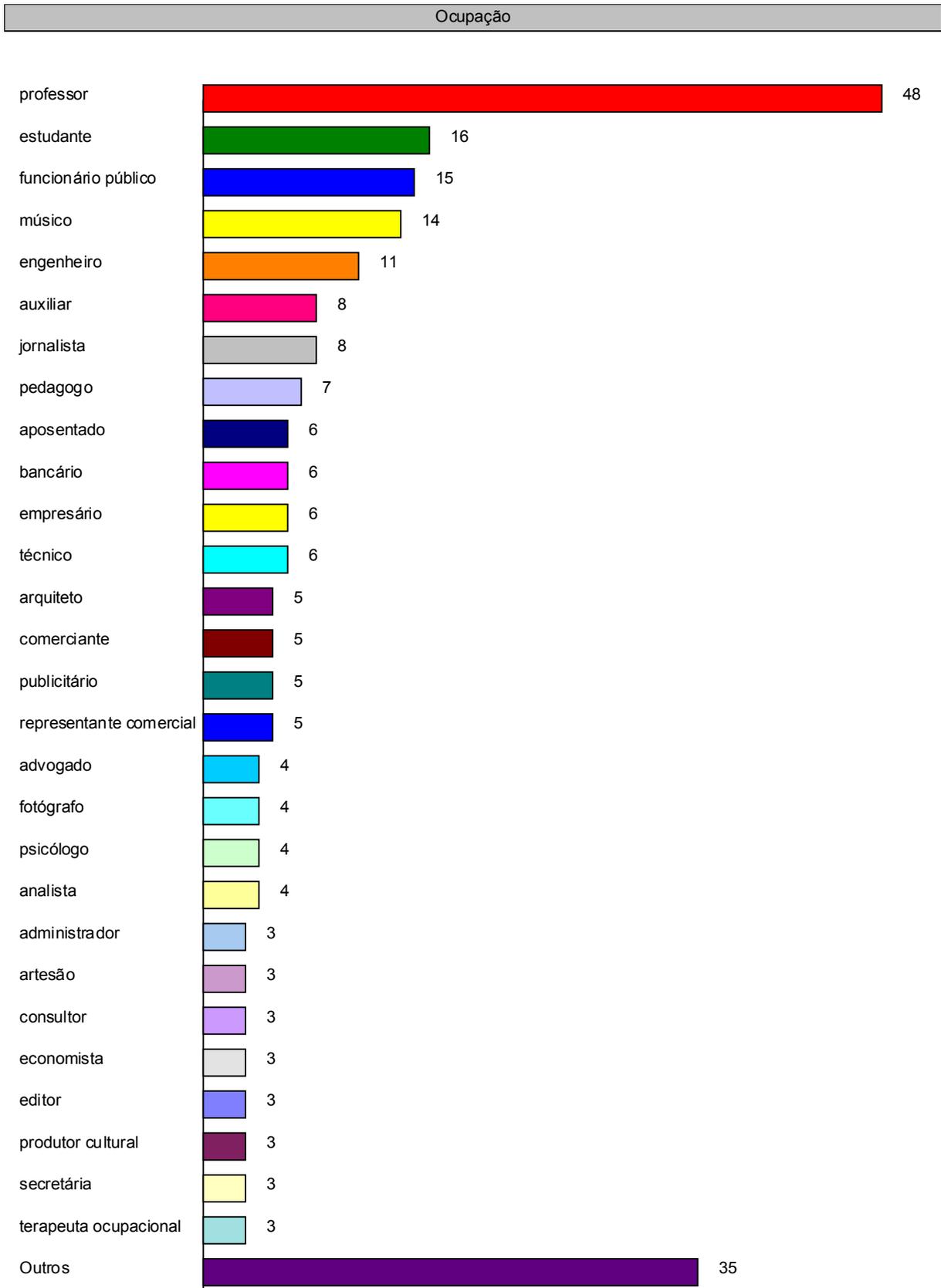


FIGURA 7 – Profissão do visitante – Semana da canção

A profissão mais citada foi a de professor, visto que o evento trazia shows, oficinas, palestras e debates com programação intensa e grande participação popular, pode justificar a busca pela cultura por parte desses profissionais.

Essa questão encerra a primeira parte do questionário, destinada a traçar o perfil do visitante. A segunda parte se preocupa a levantar as características da viagem.

A Figura 8 mostra as respostas obtidas em relação a companhia de viagem.



FIGURA 8 – Companhia de viagem – Semana da canção

A resposta mais citada foi amigos, seguidos por família e casal. A semana da canção consegue atrair as famílias por ser uma festa mais focada em oficinas, shows e atrações culturais diversas. Mas ainda prevalece o grupo de amigos como companhia mais citada.

A seguir perguntou-se sobre a existência de crianças no grupo de viagem. A Figura 9 onde o eixo X indica o intervalo de idades e o eixo Y indica a frequência de resposta, ilustra as respostas obtidas.

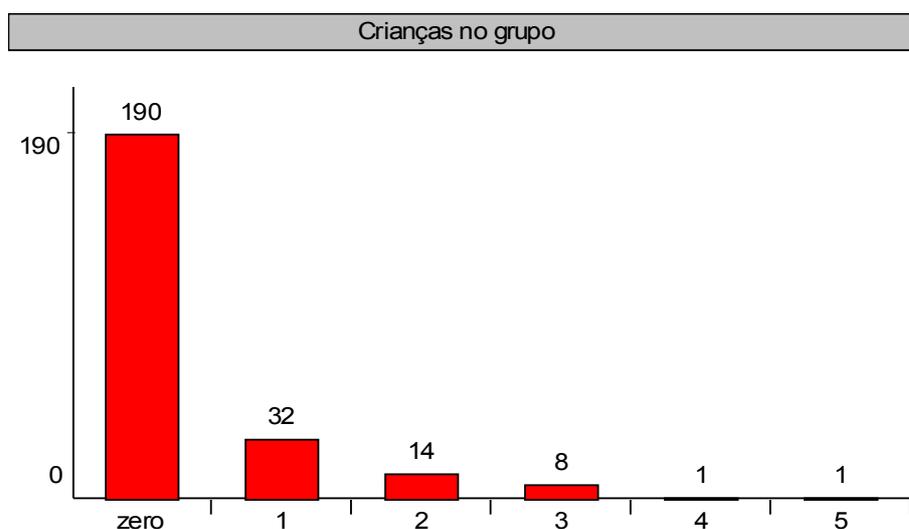


FIGURA 9 – Crianças no grupo – Semana da canção

A grande maioria dos grupos viaja sem crianças. O que reforça a idéia de uma festa que atrai pessoas mais velhas.

A próxima pergunta do questionário era sobre o tipo de transporte utilizado para chegar no destino turístico. A Figura 10 ilustra as respostas.

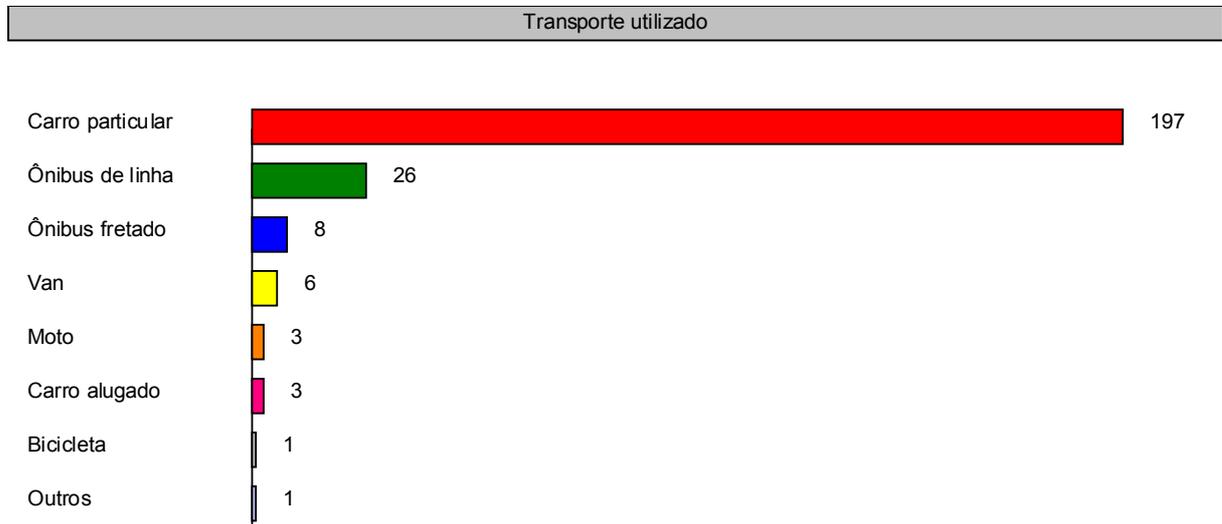


FIGURA 10 – Transporte utilizado – Semana da canção

Nota-se a grande frequência do uso do carro particular seguido do ônibus de linha e do ônibus fretado. A Figura 11 mostra os locais de hospedagem preferidos pelos visitantes.

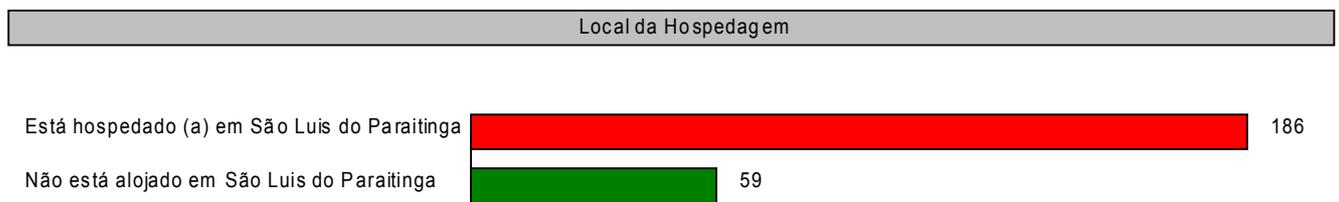


FIGURA 11 – Local de hospedagem – Semana da canção

Quanto ao local de hospedagem percebeu-se que a maioria dos visitantes estava alojado na cidade, com isso o visitante tende a gastar mais na localidade e contribui com a economia local de maneira mais significativa. A Figura 10 traz as respostas referentes ao tipo de alojamento.

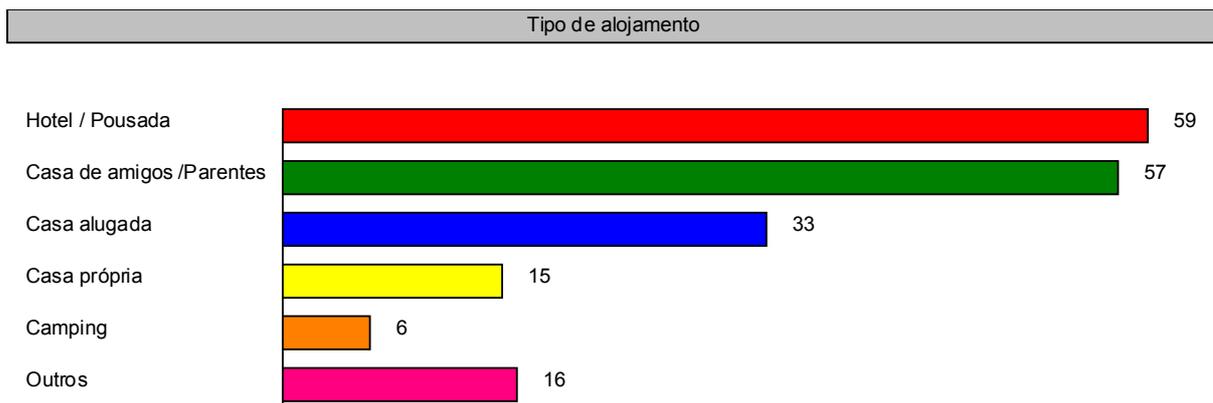


FIGURA 12 – Tipo de alojamento – Semana da canção

O maior número de ocorrências é em hotéis ou pousadas seguido por casa de amigos ou parentes, casa alugada e casa própria, o que reforça a idéia de um turista que contribui com a economia local, inserindo dinheiro na localidade.

A pergunta seguinte visava perceber o local das refeições dos turistas, as respostas estão ilustradas na Figura 13.

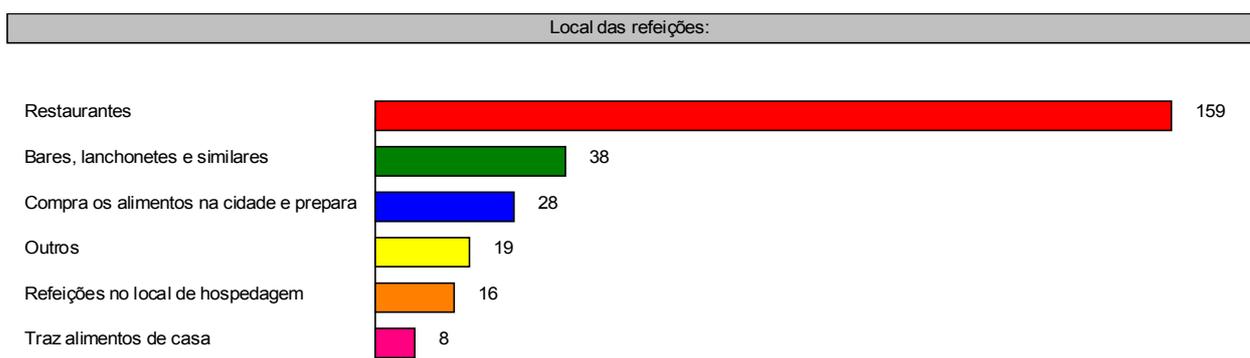


FIGURA 13 – Local das refeições – Semana da canção

Nesse caso nota-se a prevalência de restaurantes em relação a outras opções, como local escolhido para as refeições, o turista da Semana da Canção procura os restaurantes que servem a culinária típica local para realizar as suas refeições.

A próxima pergunta era sobre o meio de comunicação pelo qual o visitante tomou conhecimento de São Luiz do Paraitinga como destino turístico, a Figura 14 ilustra as respostas obtidas.

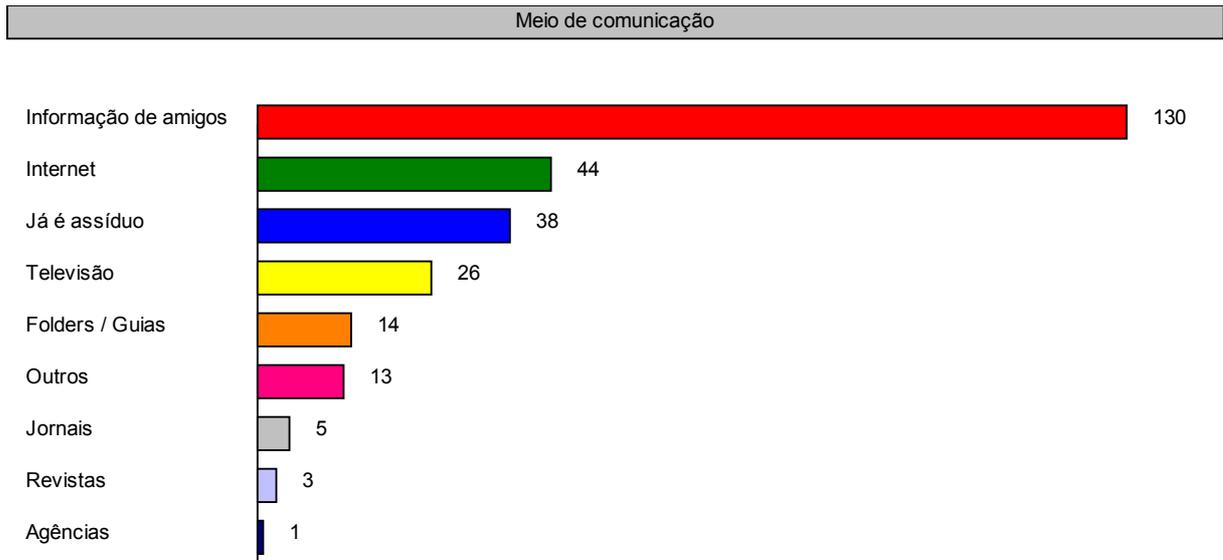


FIGURA 14 – Meio de comunicação – Semana da canção

As informações de amigos são o meio de comunicação que mais divulgam a cidade, esse é o conhecido boca a boca que faz com que a cidade atraia cada vez mais turistas. Em seguida vem a internet e a opção “Já é assíduo” que foi utilizada por pessoas que freqüentam a cidade há muitos anos. A participação das agências de viagem é mínima e não possui importância relativa.

Outra informação relevante e contemplada pelo questionário foi a de freqüência de visitas. Na Figura 15 onde o eixo X representa a quantidade de visitas e o eixo Y representa a freqüência de respostas estão dispostas as respostas dos turistas.

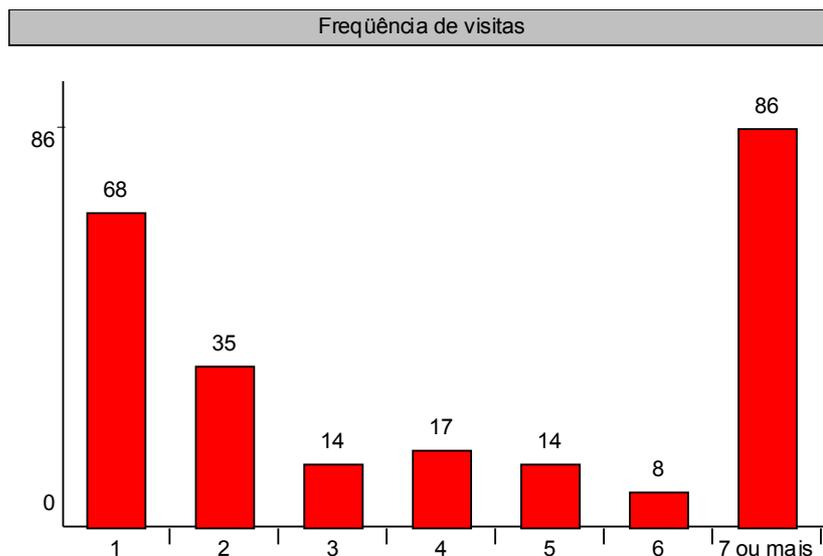


FIGURA 15 – Freqüência de visitas ao município – Semana da canção

Há uma extensa distribuição de respostas, há grande número de pessoas que estavam na cidade pela primeira vez, mas também há pessoas que retornam a cidade em diferentes ocasiões. E na última coluna encontramos as pessoas que podem ser consideradas assíduas, que voltam a cidade 10, 15 ou 20 vezes.

Visto que o evento foi realizado durante uma semana inteira, perguntou-se sobre a quantidade de dias que cada entrevistado permaneceu na cidade. As respostas estão expostas na Figura 16.

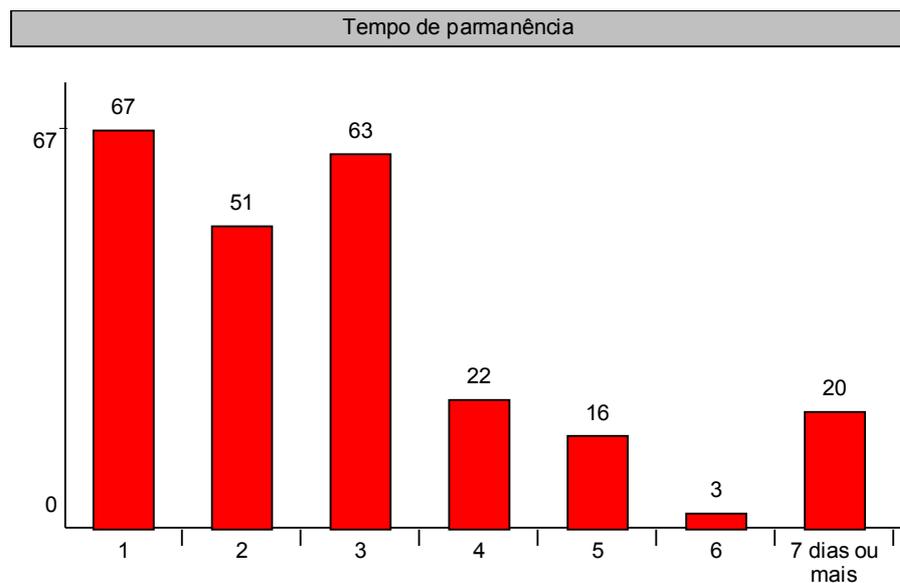


FIGURA 16 – Tempo de permanência na cidade – Semana da canção

Nota-se uma grande distribuição no número de dias de permanência na cidade. Os visitantes ficaram em média de 2 a 3 dias na cidade.

Mais um dado relevante é o volume de dinheiro gasto por dia de permanência na cidade. A figura 17 ilustra as respostas dadas pelos turistas, onde o eixo X mostra o volume de dinheiro gasto e o eixo Y mostra a frequência de respostas.

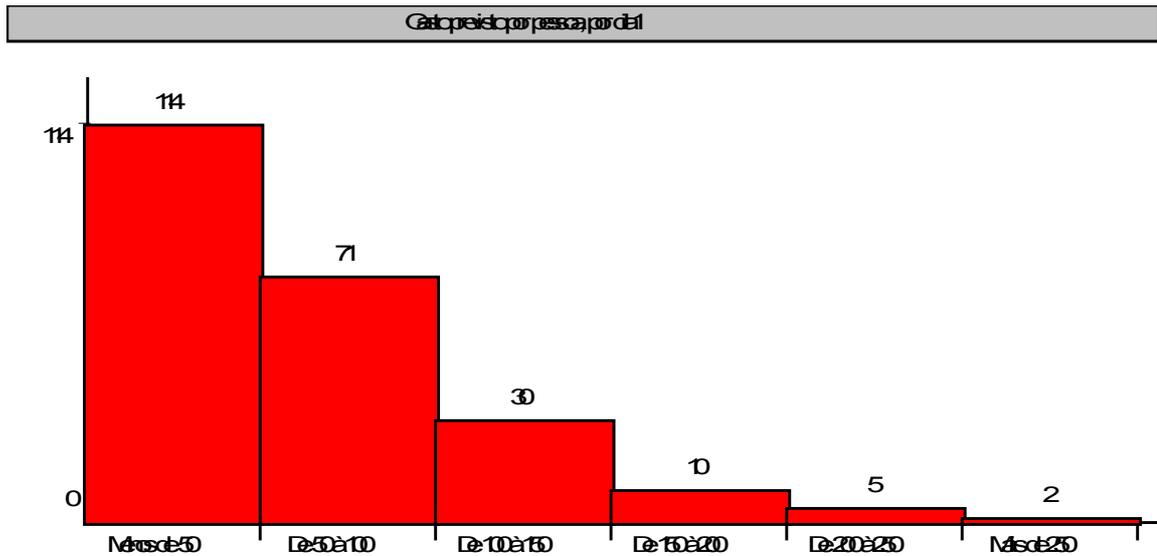


FIGURA 17 – Gasto por pessoa por dia – Semana da canção

O índice de gastos não é muito alto, a maioria das pessoas diz gastar menos de R\$50,00 por dia. Com a segunda maior frequência entre R\$50,00 e R\$100,00. Essa pergunta encerra a segunda parte do questionário.

A terceira parte do questionário era sobre a satisfação com a viagem, foram feitas perguntas em relação a satisfação com os serviços oferecidos, com a festa em si e com os serviços públicos oferecidos.

Em relação a satisfação com a festa, obteve-se as respostas dispostas na Figura 18.

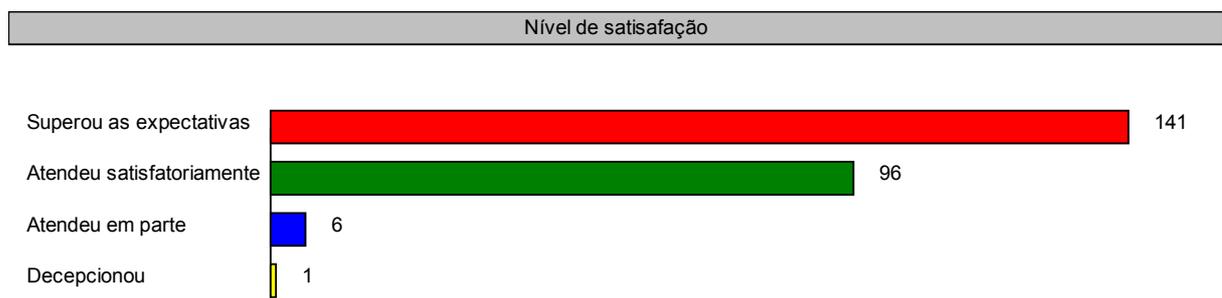


FIGURA 18 – Nível de satisfação com o evento – Semana da canção

Nota-se um alto índice de satisfação dos visitantes. Apenas uma pessoa se decepcionou com o evento, sendo que para 237 pessoas o evento atendeu as expectativas.

Na Figura 19 foram listados alguns motivos de decepção com o evento:

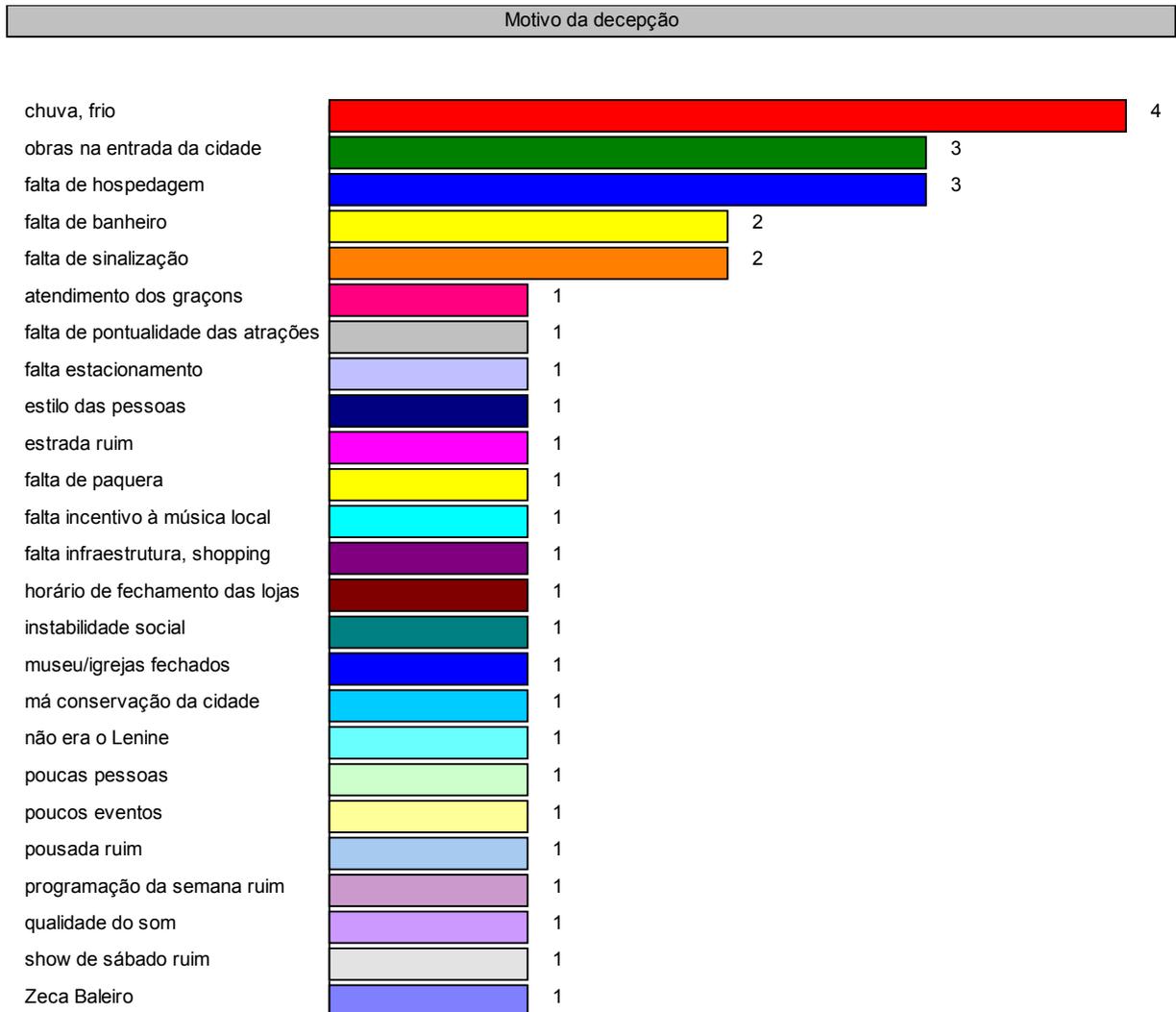


FIGURA 19 – Motivo de decepção com o evento – Semana da canção

O motivo mais citado foi a chuva e o frio, mas devemos nos concentrar nos motivos que podem ser mudados pela administração pública e organização do evento. As obras na entrada da cidade e a falta de infra-estrutura (falta de hospedagem e de banheiro) são os problemas mais citados. Esses dados mostram um turista mais preocupado com o objetivo do que com o pessoal, visto que obras e melhoria de infra-estrutura beneficiam tanto população local quanto turistas.

A Figura 20 mostra a intenção do visitante de voltar ou não na cidade:

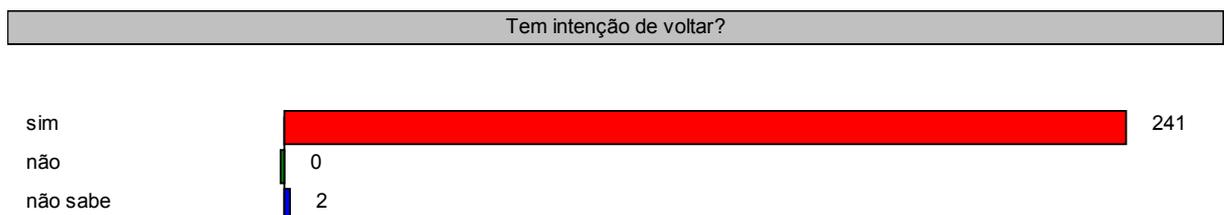


FIGURA 20 – Intenção de voltar a cidade – Semana da canção

As respostas impressionam um pouco, a grande maioria tem intenção de voltar, apenas duas pessoas não sabem se voltariam e nenhum visitante disse que não gostaria de voltar na cidade.

Em relação aos serviços de hospedagem foram avaliados: higiene e limpeza, atendimento e preço. A Figura 21 mostra a satisfação do turista em relação a higiene e limpeza do serviço de hospedagem utilizado, sendo que o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

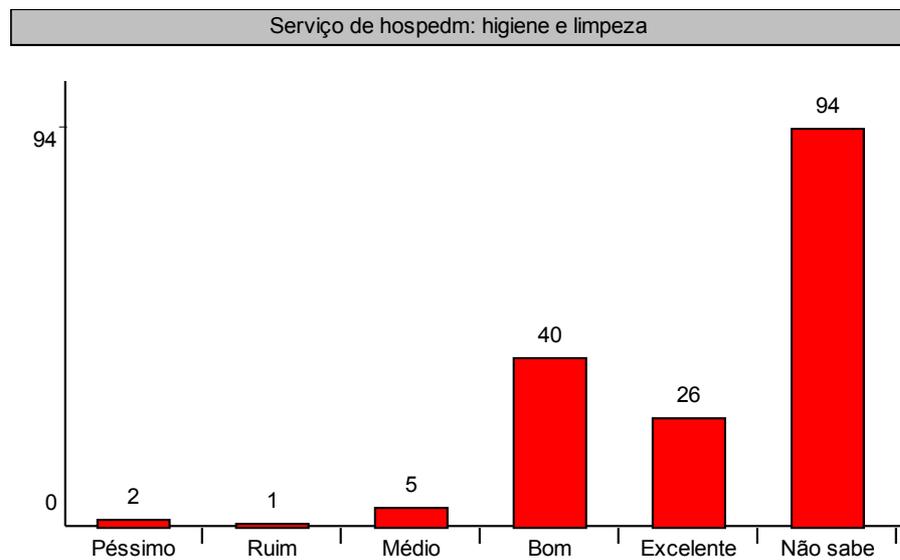


FIGURA 21 – Avaliação da hospedagem em relação a higiene e limpeza – Semana da canção

Se levarmos em consideração que os entrevistados que responderam “Não sabe” não utilizaram os serviços e por isso não podiam avaliá-lo, teremos a maioria das respostas avaliando o quesito higiene e limpeza como “Bom” seguido do “Excelente”. Assim, mais uma vez, percebe-se o alto índice de satisfação com a cidade.

A Figura 22 mostra as respostas obtidas em relação ao atendimento do serviço de hospedagem. Sendo que o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

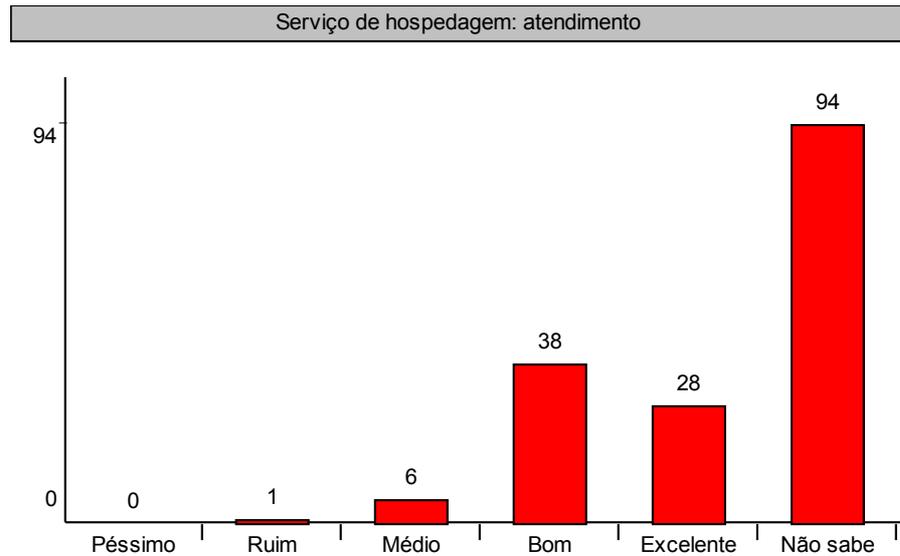


FIGURA 22 – Avaliação da hospedagem em relação a atendimento – Semana da canção

Em relação ao atendimento a maior ocorrência de respostas foi o “Bom” seguido pelo “Excelente”. Ainda se pode observar um alto nível de satisfação dos visitantes.

A Figura 23 mostra as respostas obtidas em relação ao preço do serviço de hospedagem. Onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

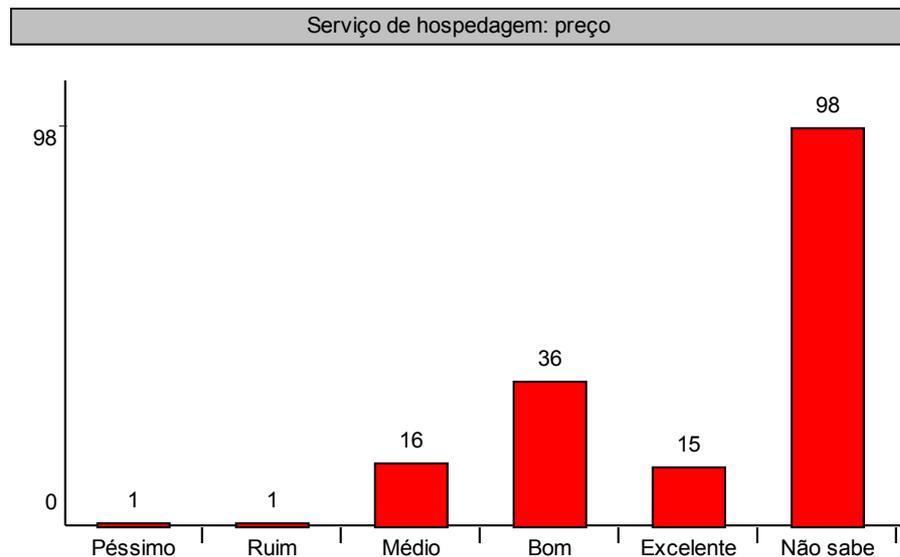


FIGURA 23 – Avaliação do serviço de hospedagem em relação ao preço – Semana da canção

Nesse quesito ainda se nota a maior ocorrência em “Bom” porém é seguido pelo “Médio” e depois pelo “Excelente”. Ainda assim o serviço é bem avaliado.

O serviço de alimentação, também foi avaliado e a Figura 24 mostra as respostas obtidas em relação a higiene e limpeza. Onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

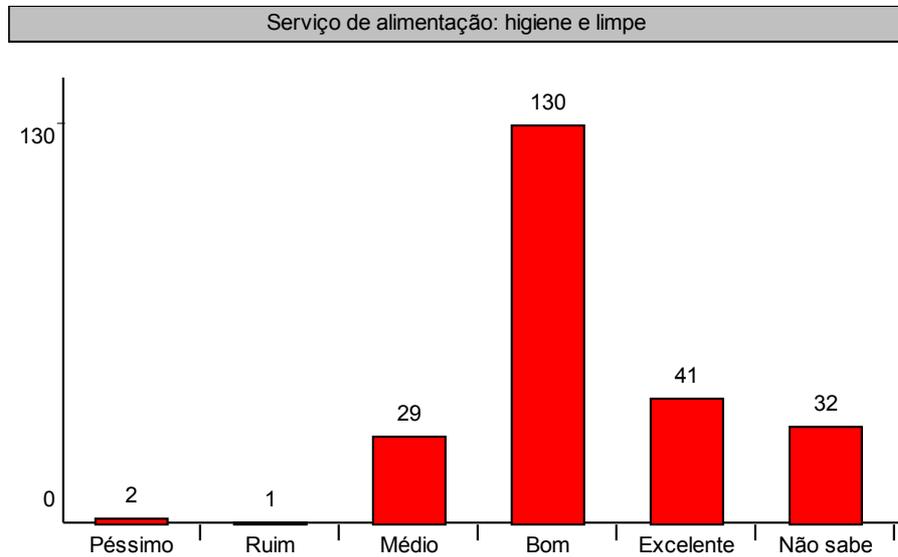


FIGURA 24 – Avaliação da alimentação em relação a higiene e limpeza – Semana da canção

Quanto a higiene e limpeza o serviço de alimentação foi avaliado como “Bom” pela grande maioria dos entrevistados e foi seguido pelo “Excelente”. Pode-se dizer que é um alto índice de indicação de satisfação. A Figura 25 mostra a avaliação do turista entrevistado em relação a qualidade e preço do serviço de alimentação, onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

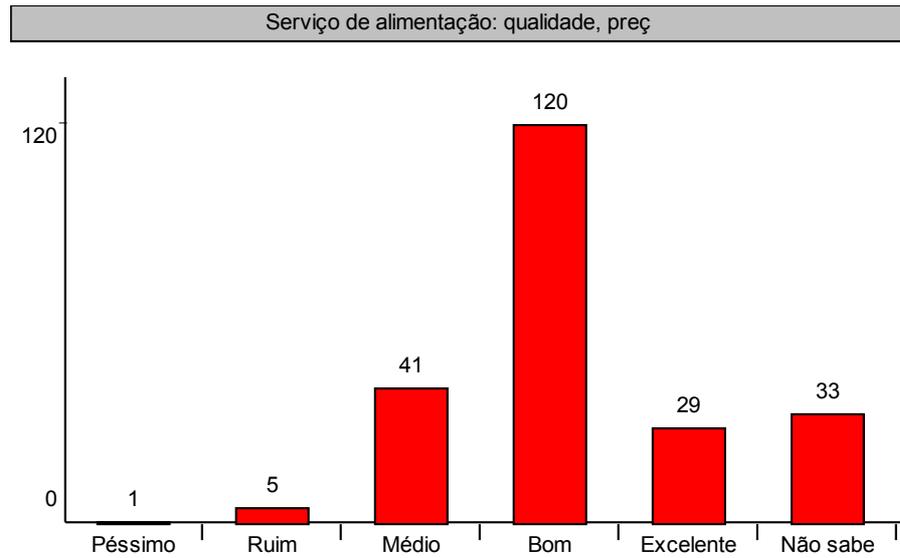


FIGURA 25 – Avaliação da alimentação em relação a qualidade e preço – Semana da canção

Mais uma vez o serviço é avaliado como “Bom” e é seguido pelo “Médio” e depois pelo “Excelente”.

A Figura 26 avalia o serviço de alimentação em relação ao atendimento, onde o eixo X representa as opções de avaliação (pésimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

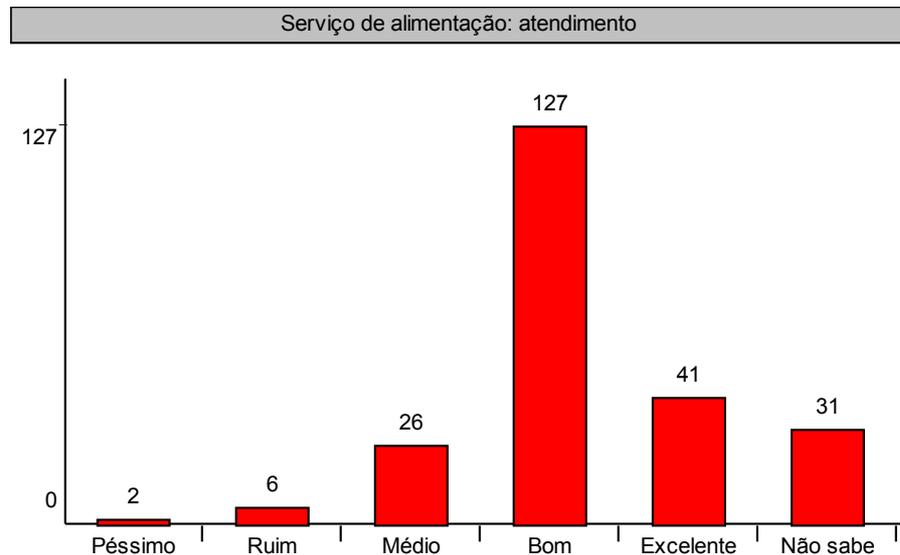


FIGURA 26 – Avaliação da alimentação em relação ao atendimento – Semana da canção

Em relação ao atendimento a maior ocorrência de respostas foi “Bom” seguido pelo “Excelente”. Os serviços oferecidos pela cidade continuam com avaliação positiva.

Em relação a serviços públicos foram avaliados: rodovia, transporte, limpeza e segurança. A Figura 27 mostra as respostas obtidas em relação a avaliação do turista entrevistado a respeito das rodovias de acesso, onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

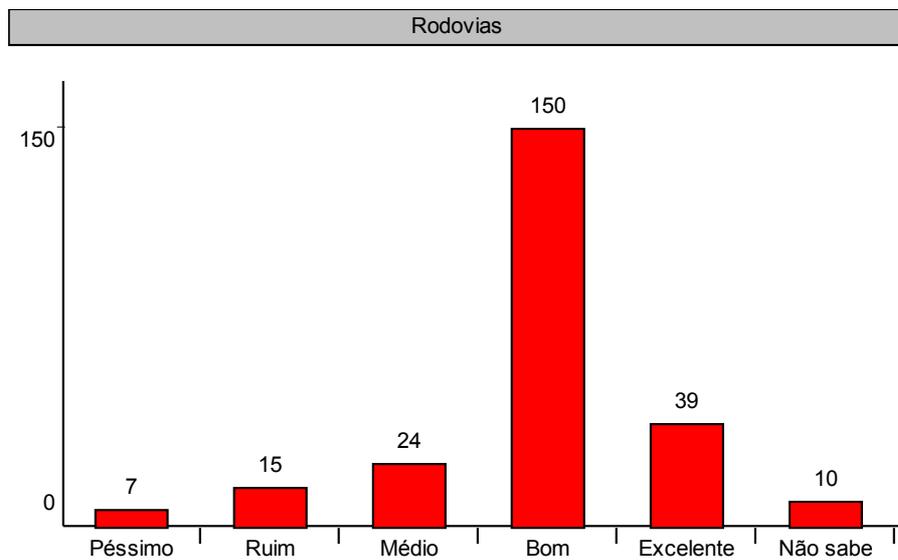


FIGURA 27 – Avaliação das rodovias de acesso – Semana da canção

Esse serviço público também obtém a maioria de “Bom” seguido pelo “Excelente”.

A Figura 28 mostra a avaliação do turista entrevistado em relação aos serviços públicos oferecidos pela cidade, onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

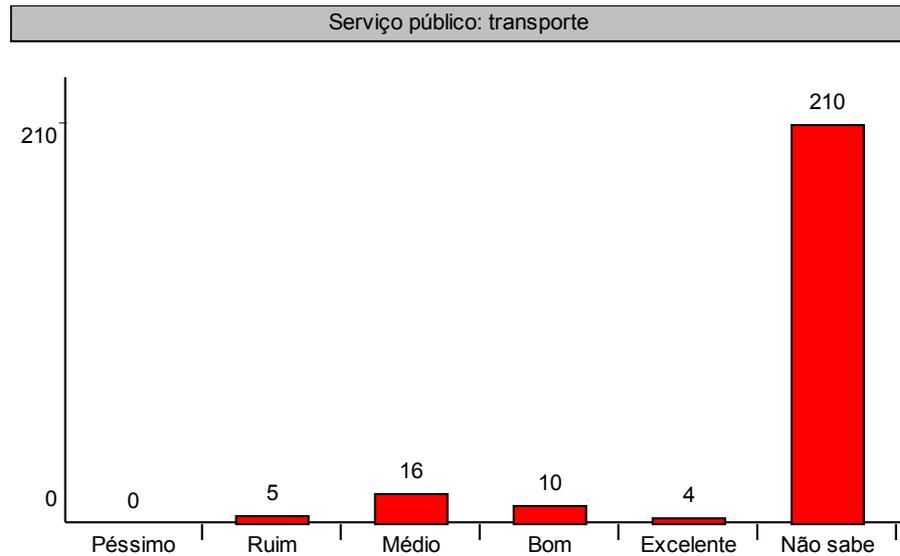


FIGURA 28 – Avaliação do transporte público – Semana da canção

Quanto ao transporte público, a maioria dos entrevistados não sabia avaliar, o que faz sentido, visto que a maioria relatou chegar a cidade com carro particular. Dos respondentes a maior ocorrência foi de “Médio”, seguido por “Bom”.

A Figura 29 mostra a avaliação do turista entrevistado em relação a limpeza da cidade, onde o eixo X representa as opções de avaliação (pésimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

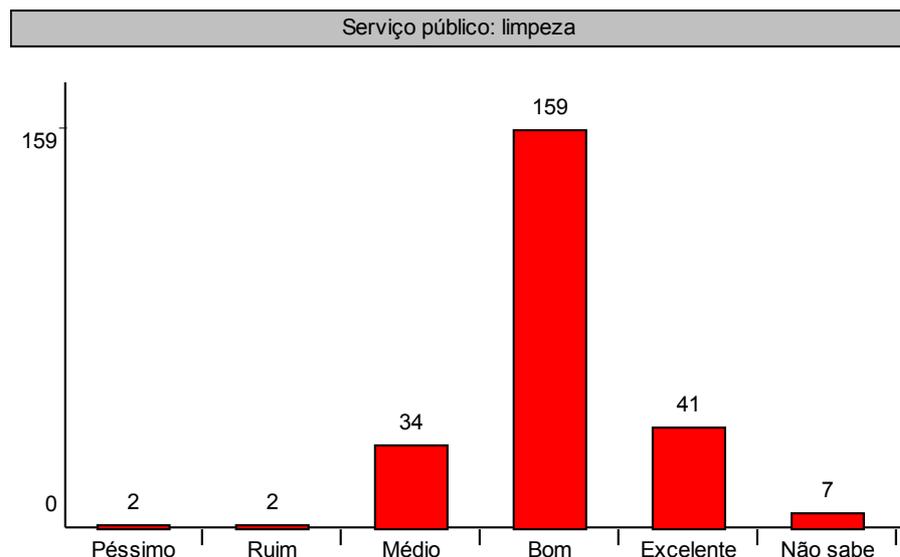


FIGURA 29 – Avaliação da limpeza da cidade – Semana da canção

Em relação a limpeza da cidade a maior ocorrência foi de “Bom”, seguido por “Excelente”, o que vem a se um bom índice, visto que a cidade recebe um grande volume de pessoas por dia e poderia ter a limpeza pública prejudicada por isso.

A Figura 30 mostra a avaliação quanto a segurança local, onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

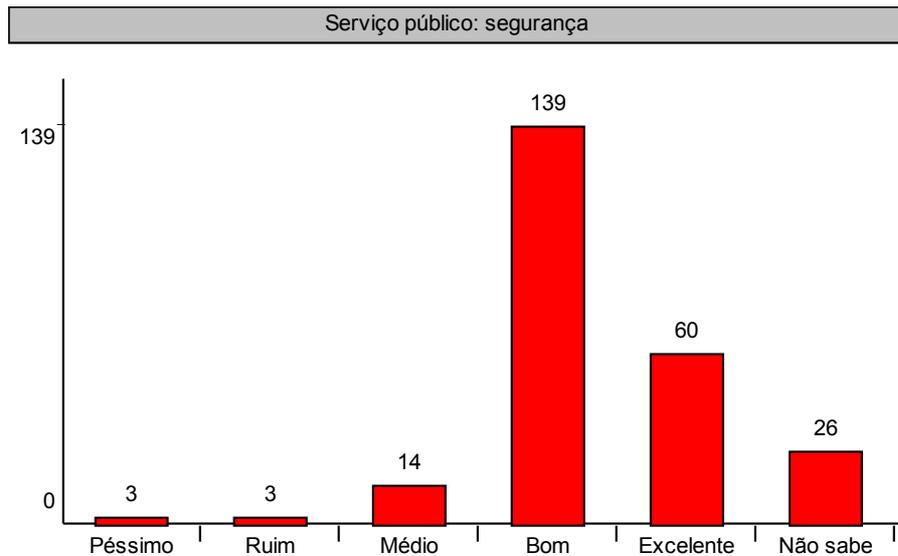


FIGURA 30 – Avaliação da segurança da cidade – Semana da canção

A segurança da cidade também foi bem avaliada, ficando com a maioria das respostas concentradas em “Bom” e “Excelente”. Essa pergunta encerra a terceira parte do questionário.

A quarta e última parte do questionário perguntava sobre a percepção quanto a sustentabilidade do destino turístico. Para tal foram formuladas perguntas sobre a percepção de alguma degradação ambiental, conhecimento de área de preservação ambiental, conhecimento de problemas ambientais, conhecimento de problemas sociais e conhecimento de projetos sociais na cidade. A última perguntava era aberta e perguntava qual o maior problema da cidade na visão do turista.

A Figura 31 ilustra as respostas dadas pelos turistas entrevistados em relação a percepção de alguma degradação ambiental na localidade.



FIGURA 31 – Percepção do visitante em relação a degradação ambiental – Semana da canção

A maioria dos entrevistados afirma não perceber nenhuma degradação ambiental na cidade. Das pessoas que afirmaram perceber alguma degradação ambiental, degradação de maior frequência está representada na Figura 32.

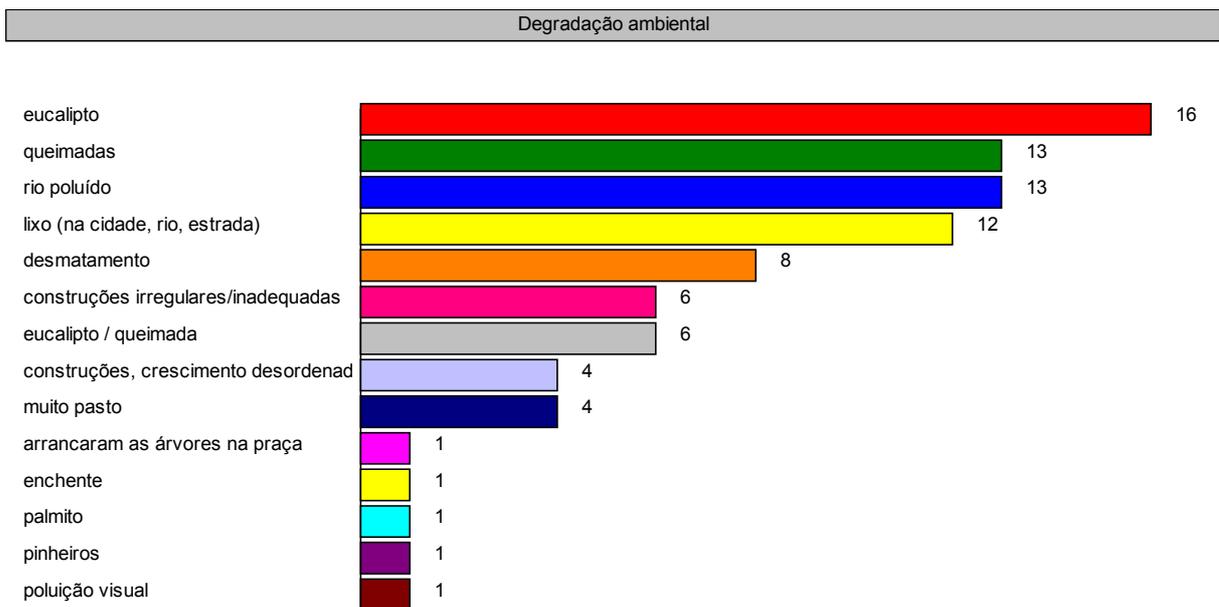


FIGURA 32 – Tipo de degradação ambiental percebida – Semana da canção

Plantação de eucalipto, queimadas e rio poluído são as degradações mais percebidas pelo turista. Em relação ao conhecimento de unidades de preservação a Figura 33 ilustra as respostas dadas pelos turistas entrevistados.

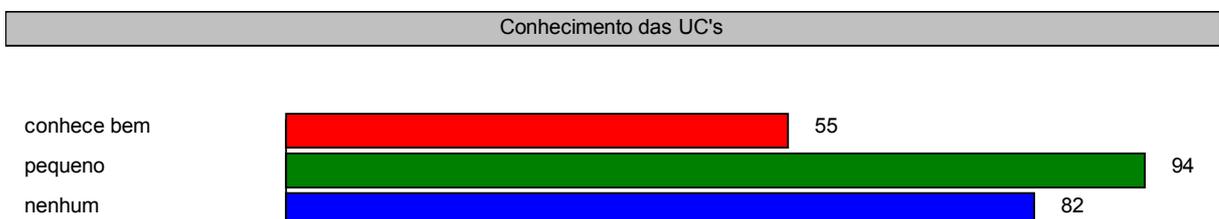


FIGURA 33 – Conhecimento da Unidade de conservação – Semana da canção

A maioria dos visitantes possuem um conhecimento pequeno em relação as unidades de conservação ambiental, seguido por pessoas que não possuem nenhum conhecimento sobre essas áreas. A Figura 34 ilustra a percepção do turista entrevistado em relação aos problemas ambientais da localidade.

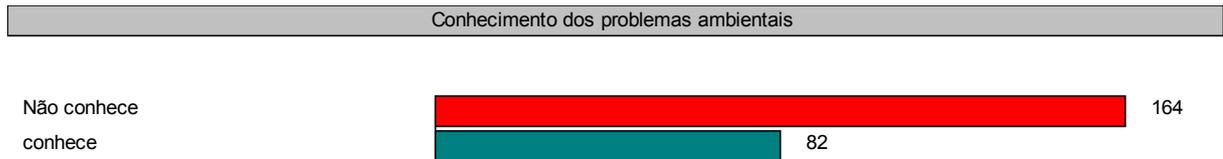


FIGURA 34 – Conhecimento de problemas ambientais – Semana da canção

A maioria das pessoas também diz não conhecer nenhum problema ambiental em São Luiz do Paraitinga. Os problemas ambientais mais citados pelas pessoas que dizem ter conhecimento sobre eles estão dispostos na Figura 35.

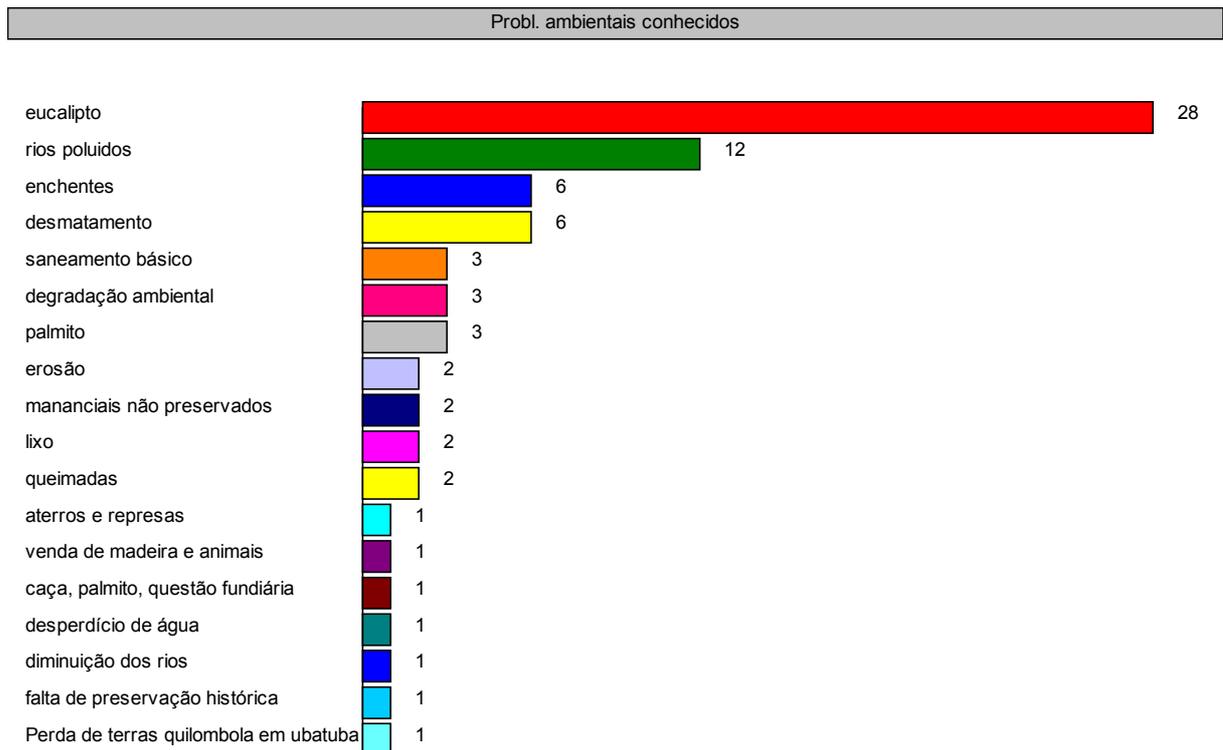


FIGURA 35 – Problema ambiental percebido pelo visitante – Semana da canção

Eucalipto e rio poluído novamente fazem parte das respostas mais citadas. Em relação aos problemas sociais, a maioria dos entrevistados também afirmam não conhecer, as respostas estão dispostas na Figura 36.

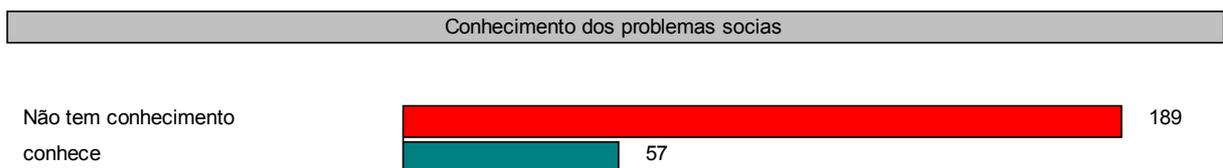


FIGURA 36 – Percepção do visitante quanto a problemas sociais – Semana da canção

Dentre os turistas que dizem perceber algum problema ambiental, as respostas estão dispostas na Figura 37.

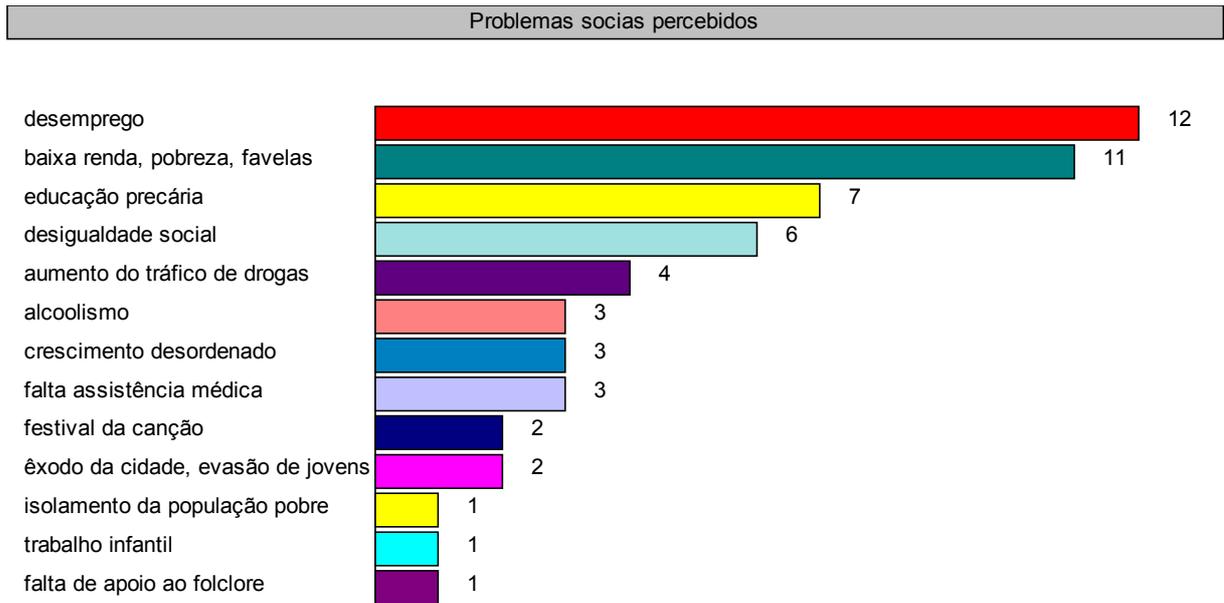


FIGURA 37 – Problema social percebido – Semana da canção

Desemprego, baixa renda ou pobreza e educação precária estão entre os problemas mais citados pelos turistas, o que mostra algum envolvimento com a cidade, pois o turista chega a se preocupar e perceber os problemas locais. A Figura 38 mostra a percepção do turista em relação aos projetos sociais da localidade.

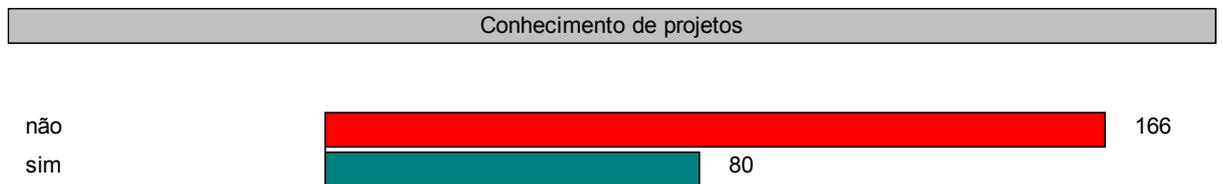


FIGURA 38 – Percepção do visitante quanto a projetos sociais – Semana da canção

A maioria dos turistas diz não conhecer nenhum projeto social local, dentro os que disseram conhecer, os programas sociais citados estão dispostos na Figura 39.

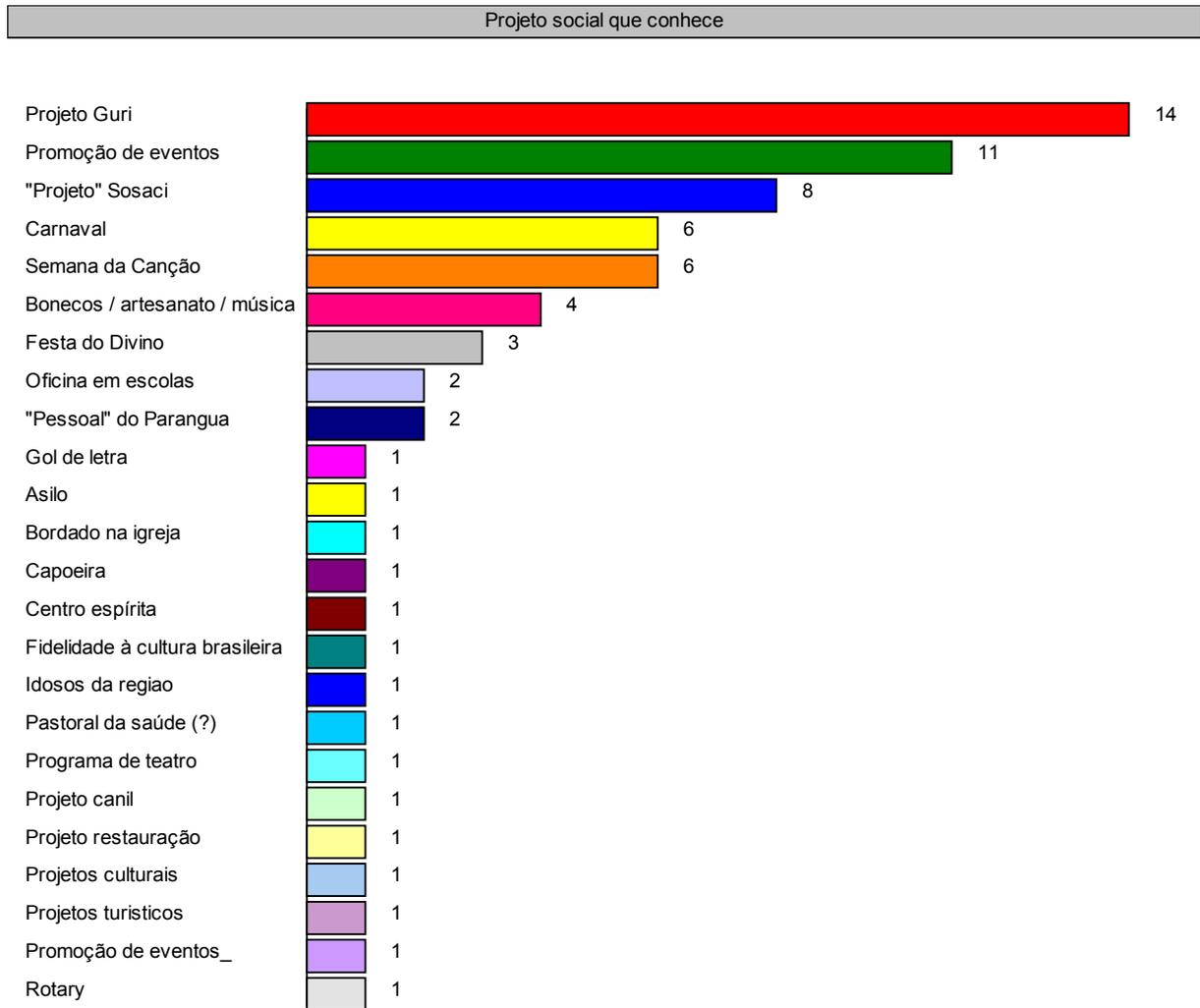


FIGURA 39 – Projeto social conhecido pelo visitante – Semana da canção

A Figura 40 ilustra as respostas mais citadas em relação ao principal problema da localidade de São Luiz do Paraitinga, nesse pergunta não havia opção de resposta, ou seja, o turista entrevistado pode expressar sua opinião livremente.

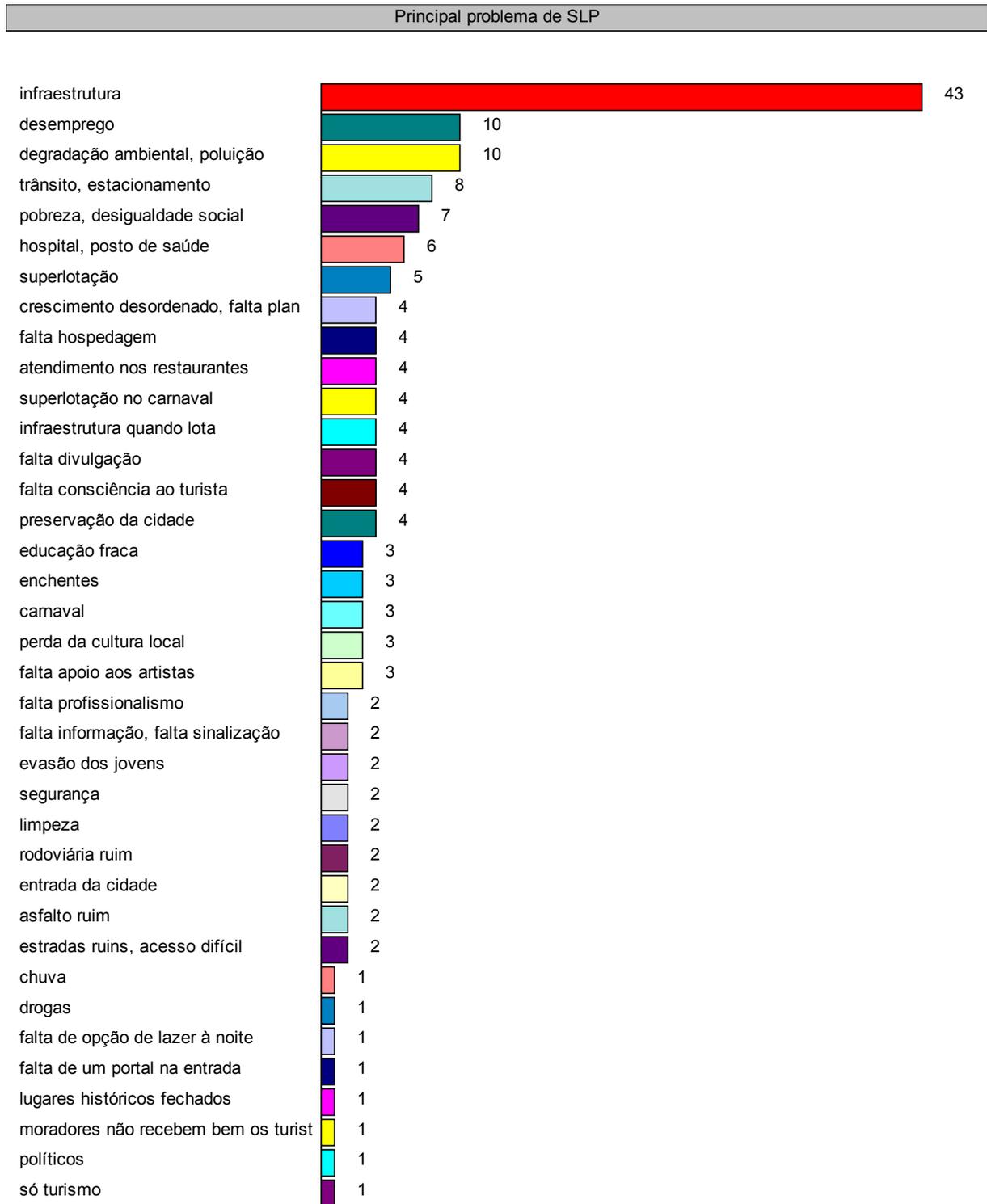


FIGURA 40 – Principal problema da cidade na visão do visitante – Semana da canção

As respostas mais citada foram infra-estrutura, desemprego e degradação ambiental, o que mostra um interesse centrado no todo, e não apenas no conforto momentâneo do turista.

De um modo geral o turista parece conhecer razoavelmente bem a cidade que visita. Quando perguntado em relação a conservação ambiental da cidade ou seus

problemas sociais, as respostas, em sua maioria, relatam os problemas mais visíveis da cidades, aqueles que se notam em visitas rápidas, como infra-estrutura ou degradação ambiental. Percebe-se que os turistas se preocupam com aspectos sociais e ambientais da cidade e percebem que o seu conforto depende da organização da cidade e procura conhecer as unidades de conservação e os projetos sociais da cidade.

5.2 CARNAVAL

Após a realização da pesquisa na Semana da Canção, foi realizada outra pesquisa durante a realização do Carnaval no ano de 2009. O objetivo era perceber se há mudanças no perfil do público, nos seus hábitos de hospedagem e organização da viagem, nos gastos durante a viagem e no conhecimento sobre a cidade.

Para tal, o questionário sofreu algumas alterações, algumas perguntas foram adicionadas e tentou-se simplificá-lo. O questionário continuou dividido em quatro partes: identificação do visitante, características da viagem, avaliação da infraestrutura e percepção quanto a sustentabilidade do destino.

A primeira parte do questionário destinava-se a traçar um perfil do visitante, identificando sua cidade de origem, idade, estado civil, escolaridade, profissão e transporte utilizado para chegar a São Luiz do Paraitinga.

Foram realizadas 507 entrevistas em 5 dias de festa. Foram identificados dia e hora da entrevista, visando perceber se havia mudança de público em relação a dia e horário de realização do evento.

A primeira pergunta marcava o dia e a hora da entrevista, a Figura 41 mostra as respostas referentes ao dia da entrevista.

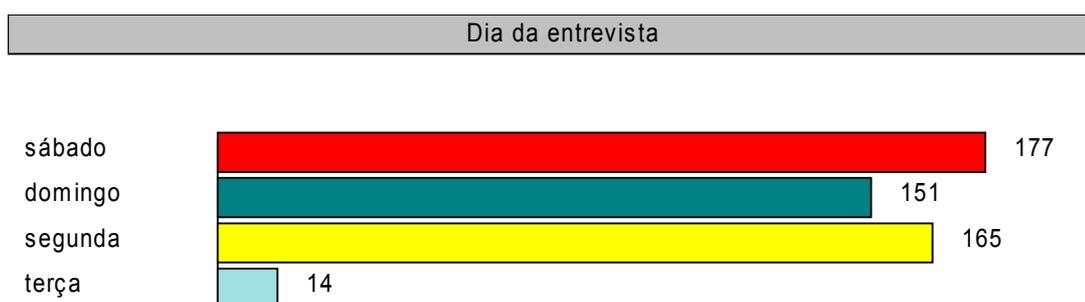


FIGURA 41 – Dia da entrevista – Carnaval

A Figura 42 mostra as resposta em relação ao horário da entrevista.

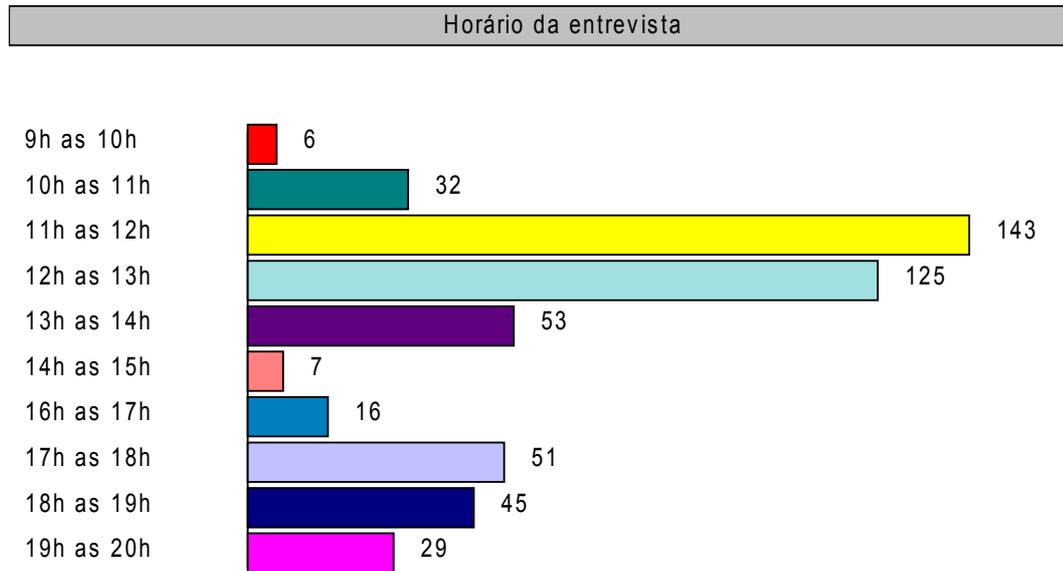


FIGURA 42 – Horário da entrevista – Carnaval

A idéia era distribuir o máximo possível os dias e horários das entrevistas, para não comprometer a amostra.

A Figura 43 mostra a cidade de origem dos visitantes.

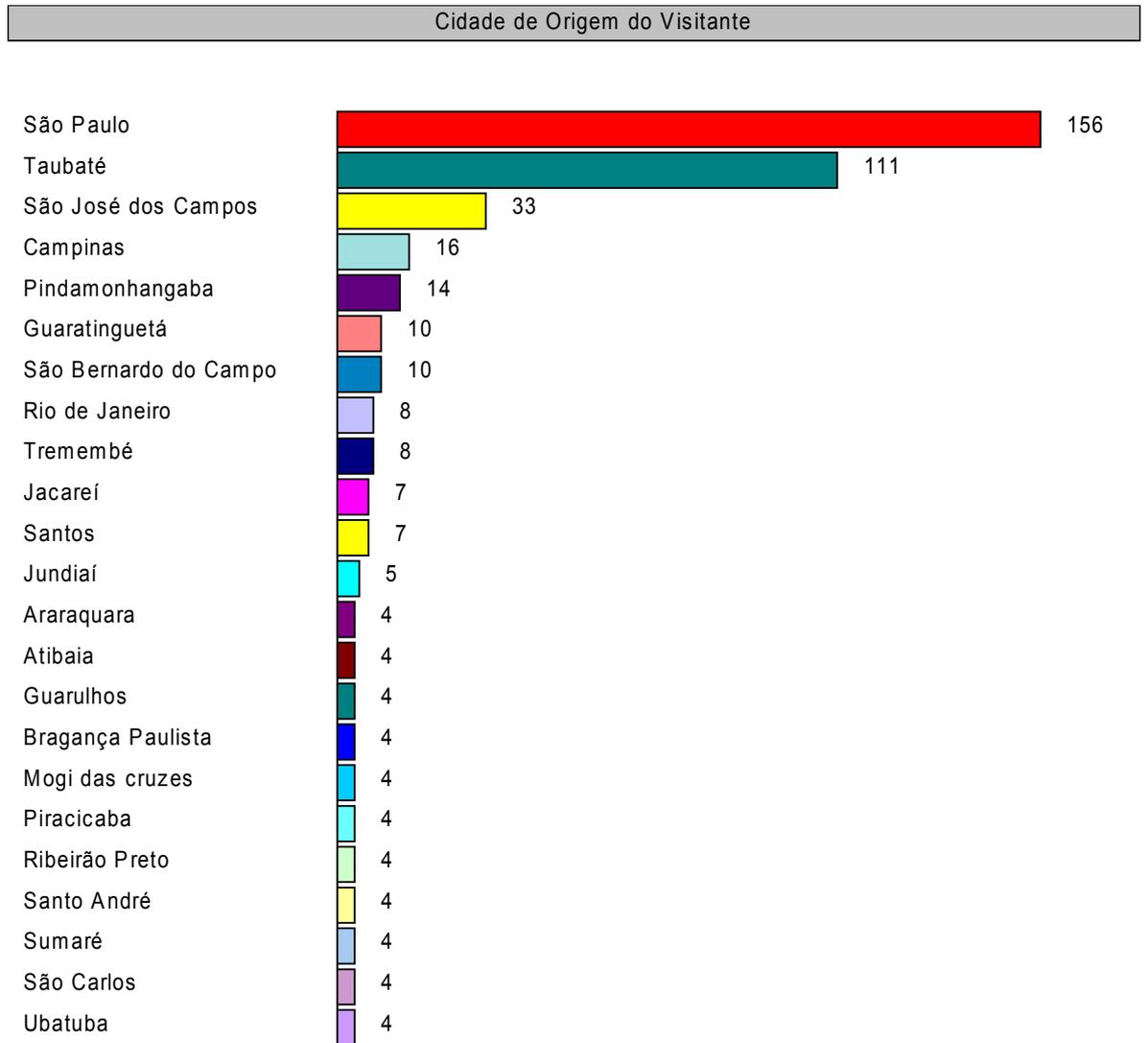


FIGURA 43 – Cidade de origem do visitante - Carnaval

São Paulo, Taubaté e São José dos Campos estão no topo da lista de cidade de origem dos visitantes, sendo assim a Figura 44 mostra os estados mais citados.

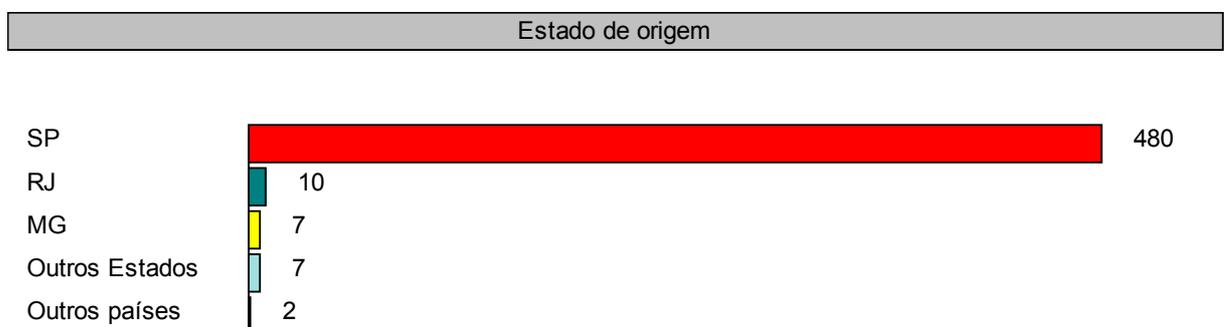


FIGURA 44 – Estado de origem do visitante - Carnaval

O estado de São Paulo é o mais citado pela grande maioria dos visitantes. É seguido pelo estado do Rio de Janeiro.

A Figura 45 mostra as respostas obtidas em relação a idade dos visitantes, onde o eixo X representa o intervalo entre as idades e o eixo Y a frequência de respostas.

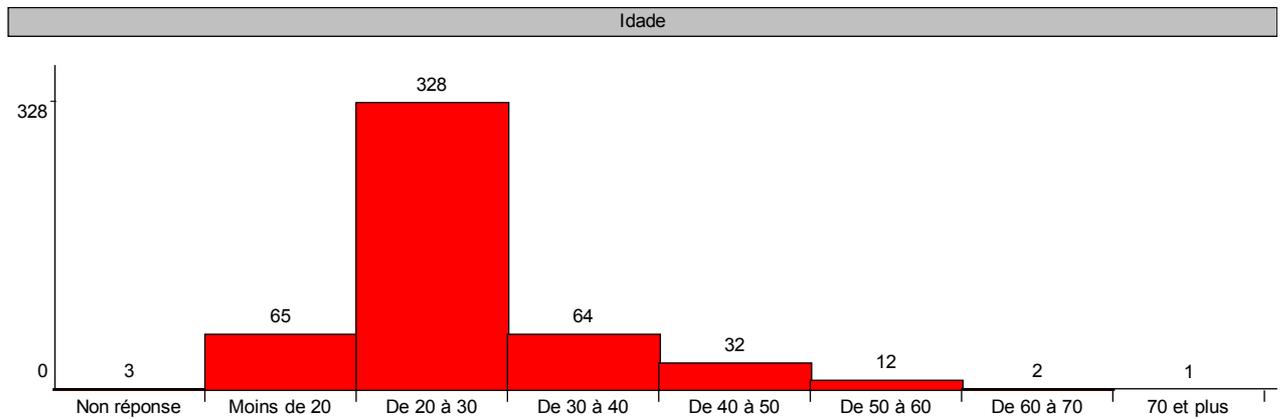


FIGURA 45 – Idade do visitante – Semana da canção

A média de idade do Carnaval está entre 20e 30 anos. Se comparado com a Semana da Canção, esse média cai um pouco, o Carnaval atrai visitantes mais jovens.

Em relação ao sexo dos entrevistados, a Figura 46 mostra a seguinte distribuição, onde pode-se notar um equilíbrio bem parecido com o da Semana da Canção.

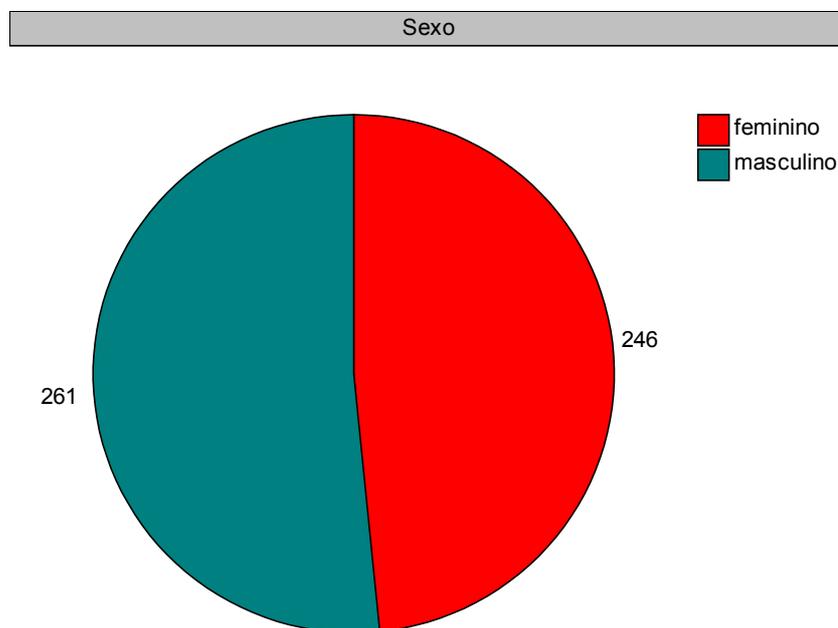


FIGURA 46 – Sexo do visitante - Carnaval

Em relação ao estado civil a distribuição encontrada está disposta na Figura 47.



FIGURA 47 – Estado civil do visitante - Carnaval

A maior frequência é de visitantes solteiros, seguidos por casados ou de união estável.

A Figura 48 dispõe as respostas quanto a escolaridade e presença de visitantes com nível superior completo ou em andamento é a maior frequência com certa folga. Quando se leva em consideração os visitantes de nível de pós graduação chega-se a quase 80% dos visitantes. Pode-se perceber que a cidade recebe turistas considerados a pequena parcela da população em geral com acesso ao ensino superior, característica, também, bem parecida com a Semana da Canção.

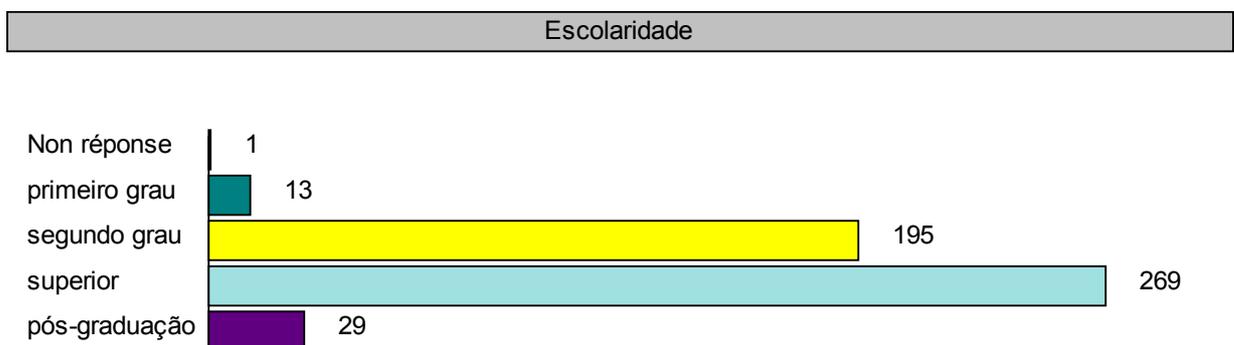


FIGURA 48 – Escolaridade do visitante – Carnaval

Para encerrar a primeira parte do questionário perguntou-se sobre a profissão dos entrevistados, as respostas estão dispostas na Figura 49.

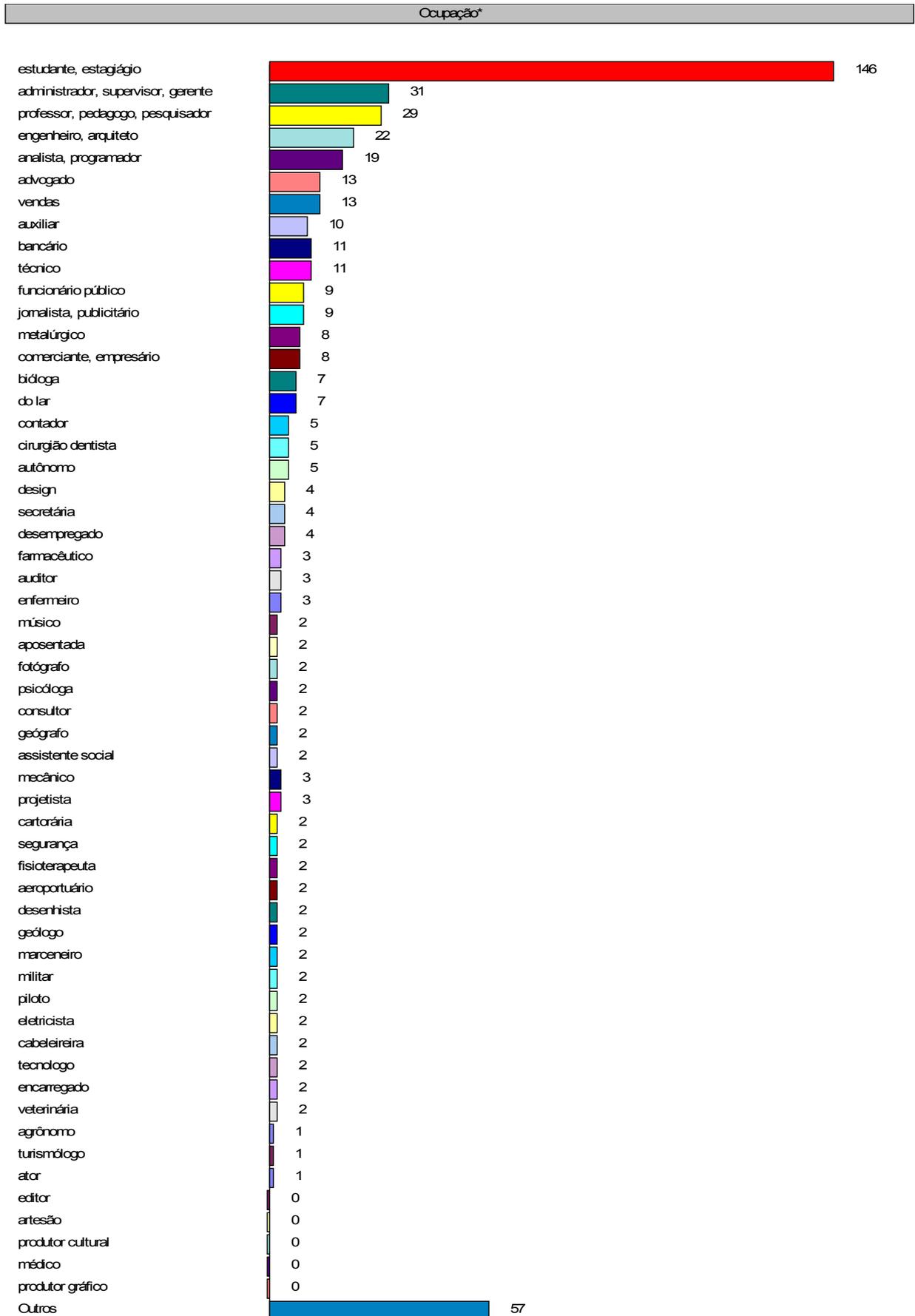


FIGURA 49 – Profissão do visitante – Carnaval

A grande maioria dos entrevistados diz ser estudante, o que reforça a baixa média de idade.

A segunda parte se preocupa a levantar as características da viagem. Perguntou-se sobre a companhia da viagem, as respostas obtidas estão dispostas na Figura 50.

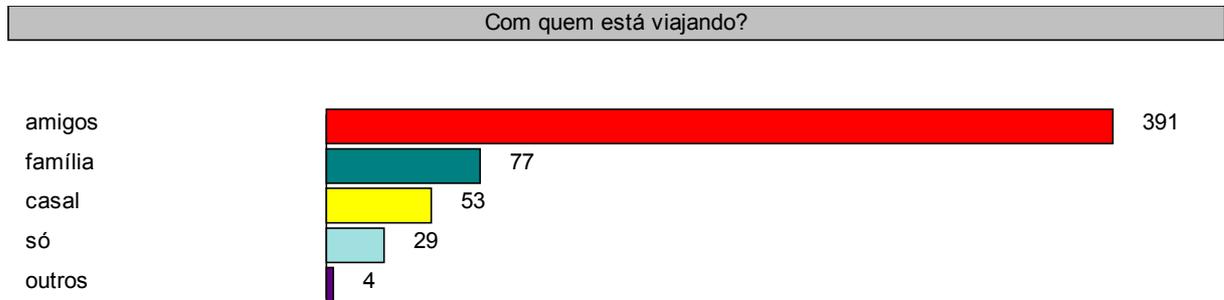


FIGURA 50 – Companhia de viagem - Carnaval

As respostas mais citadas foi, com certa folga, viajando com amigos, seguidas por família. O Carnaval costuma atrair pessoas mais jovens que viajam na companhia de amigos, isso foi comprovado pelas respostas do questionário.

A Figura 51 mostra as respostas sobre a existência de crianças no grupo, sendo que o eixo X mostra o intervalo de idade e o eixo Y a frequência de respostas.

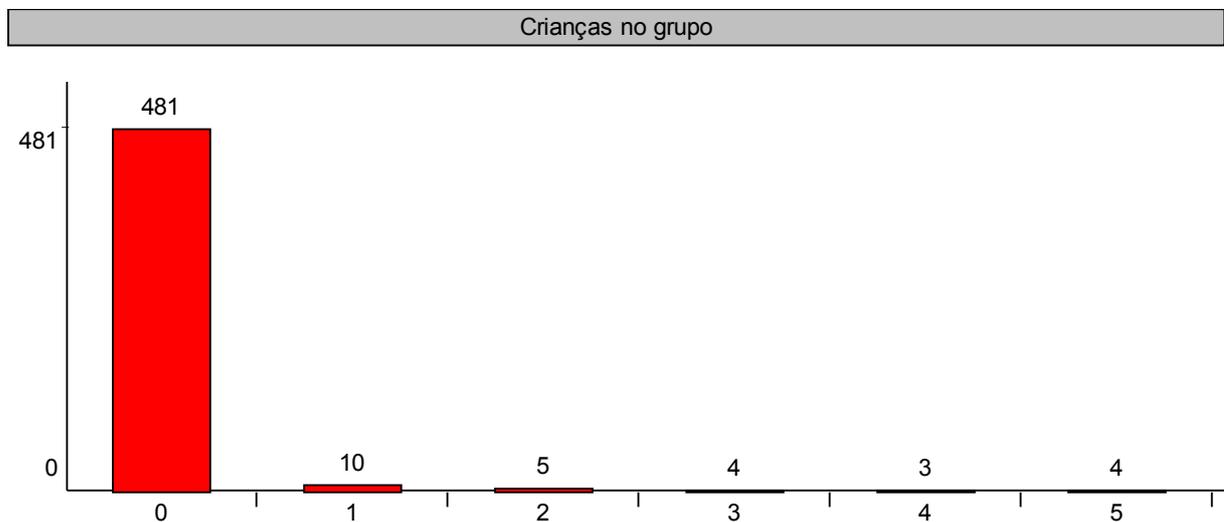


FIGURA 51 – Crianças no grupo – Carnaval

A grande maioria dos visitantes viajam sem crianças no grupo, o que reforça a idéia de que o carnaval é uma festa frequentada por pessoas mais jovens, em São Luiz do Paraitinga isso também se confirma.

Sobre o transporte utilizado, o carro particular foi o mais citado, seguido por ônibus de linha, van e ônibus fretado, como pode ser visto na Figura 52.

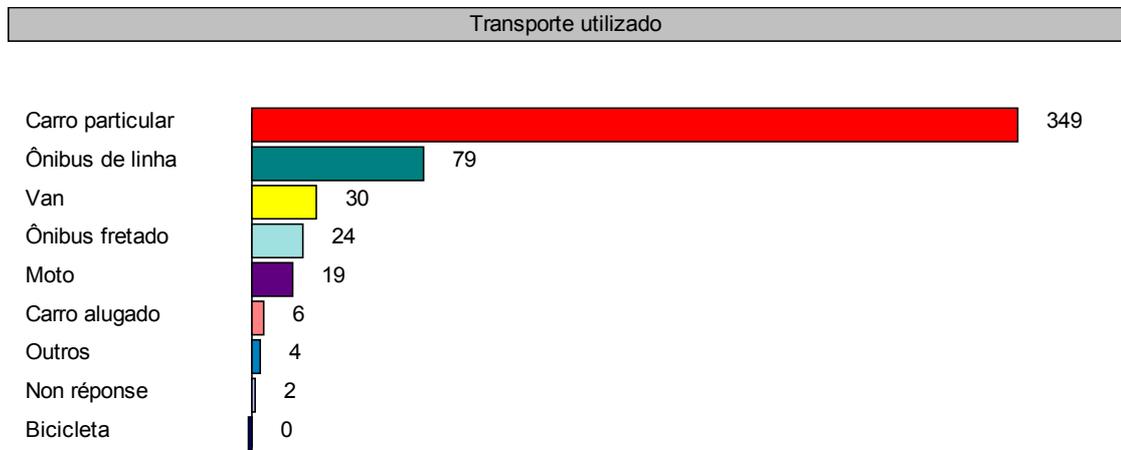


FIGURA 52 – Transporte utilizado – Carnaval

A próxima pergunta era sobre o alojamento do destino, primeiro perguntou-se se o entrevistado estava alojado no destino, se “Sim”, qual o tipo de alojamento. A figura 53 mostra quantos entrevistados estão alojados no destino.

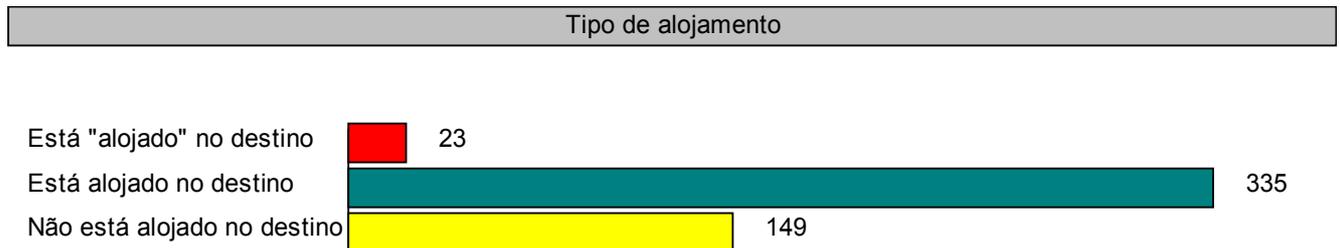


FIGURA 53 – Alojamento – Carnaval

Pode-se perceber que maior parte dos entrevistados diz estar alojado na localidade. A Figura 54 mostra o tipo de alojamento citado pelos entrevistados alojados.

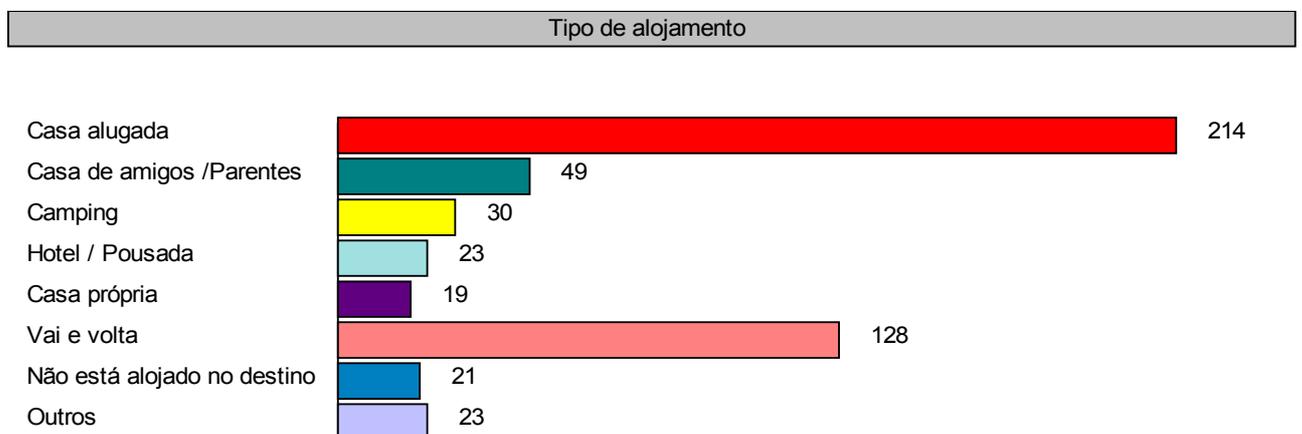


FIGURA 54 – Tipo de alojamento – Carnaval

O tipo de alojamento mais freqüente é “Casa alugada”, seguido por “Casa de amigos ou parentes”. Um item que chama a atenção é “Vai e Volta” que se refere a pessoas que moram ou estão alojadas próximo a cidade e vão e voltam todos os dias. Um importante número de pessoas se encontram nessa situação. Ao contrário da Semana da Canção, os entrevistados dizem preferir se alojar em casas alugadas ao invés dos hotéis ou pousadas da localidade turística. Esse tipo de alojamento não é tão benéfico economicamente para a localidade quanto a preferência pelos hotéis e pousadas.

Sobre os locais escolhidos para refeição, as respostas estão dispostas na Figura 55.

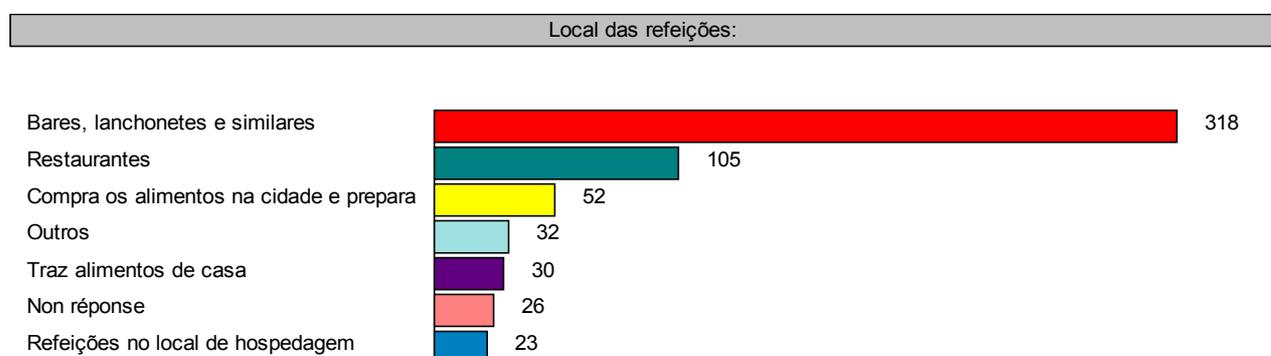


FIGURA 55 – Locas das refeições - Carnaval

Bares restaurantes e lanchonetes são os mais citados, seguidos por restaurantes.

A próxima pergunta era sobre o meio de comunicação pelo qual o visitante tomou conhecimento de São Luiz do Paraitinga como destino turístico, as respostas obtidas estão dispostas na Figura 56.

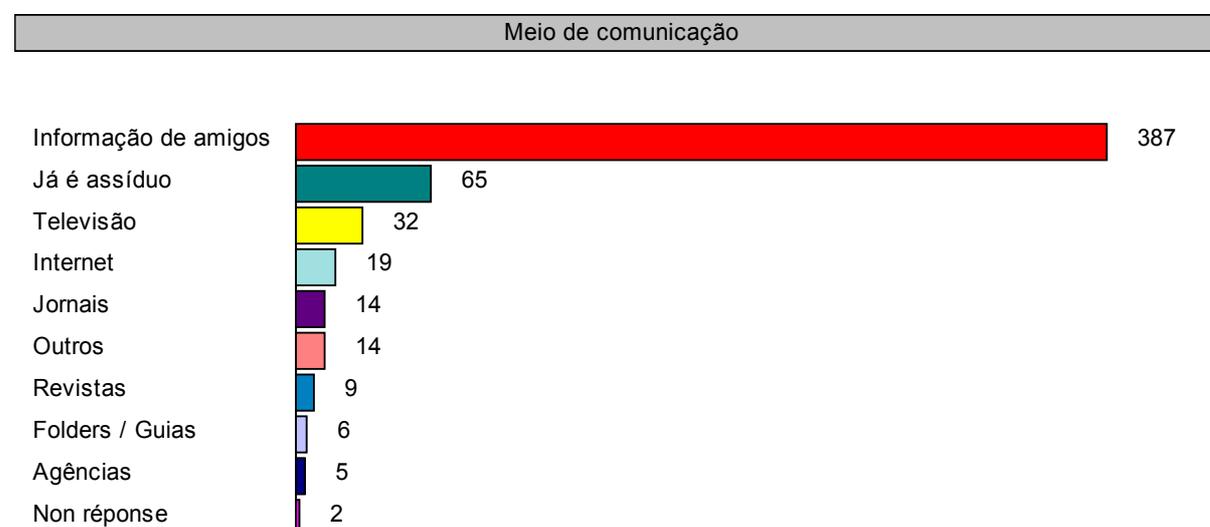


FIGURA 56 – Meio de comunicação - Carnaval

O conhecido boca a boca é a opção mais citada pelos entrevistados, as informações de amigos são cruciais para a escolha de São Luiz do Paraitinga como destino turístico, tanto no carnaval, quanto na Semana da Canção;

Quanto a forma de organização da viagem, notas-se pouca participação das agências de viagem, apenas 10 entrevistados tiveram sua viagem organizada por uma agência, como se pode notar na Figura 57.

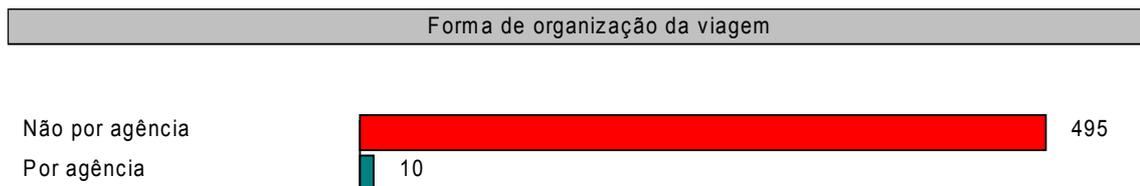


FIGURA 57 – Organização da viagem

Quanto a frequência de visitas, a maioria dos entrevistados estava na cidade pela primeira vez, porém as respostas estão bem distribuídas, foram citadas desde 1 até mais de vinte vezes de frequência. Isso leva a crer que a cidade, de forma geral, é bem vista pelo turista, que costuma voltar, seja na mesma festa ou outros eventos organizados, como mostra a Figura 58, onde o eixo X se refere a quantidade de visitas e o eixo Y se refere a frequência de respostas.

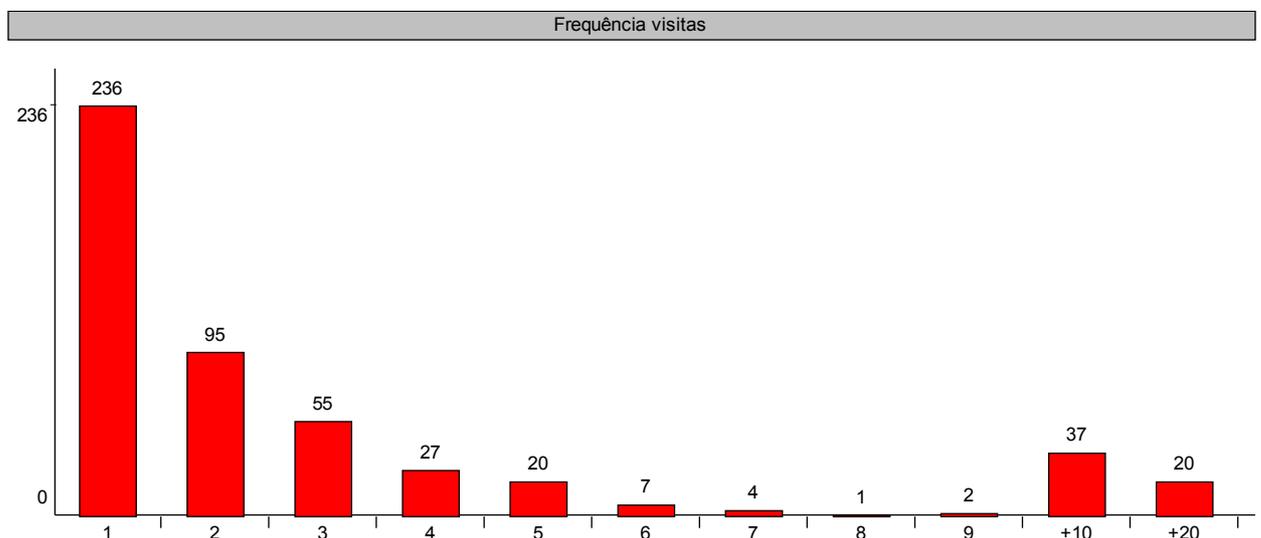


FIGURA 58 – Frequência de visitas a cidade – Carnaval

Em relação ao tempo de permanência a maioria das pessoas ficou o carnaval inteiro na cidade, estava alojada durante os cinco dias. O tempo de permanência “0” se refere as pessoas que vão e voltam diariamente, é a segunda opção mais citada, seguida

de “4” dias de permanência, como disposto na Figura 59, onde o eixo X representa a quantidade de dias de permanência e o eixo Y representa a frequência de respostas.

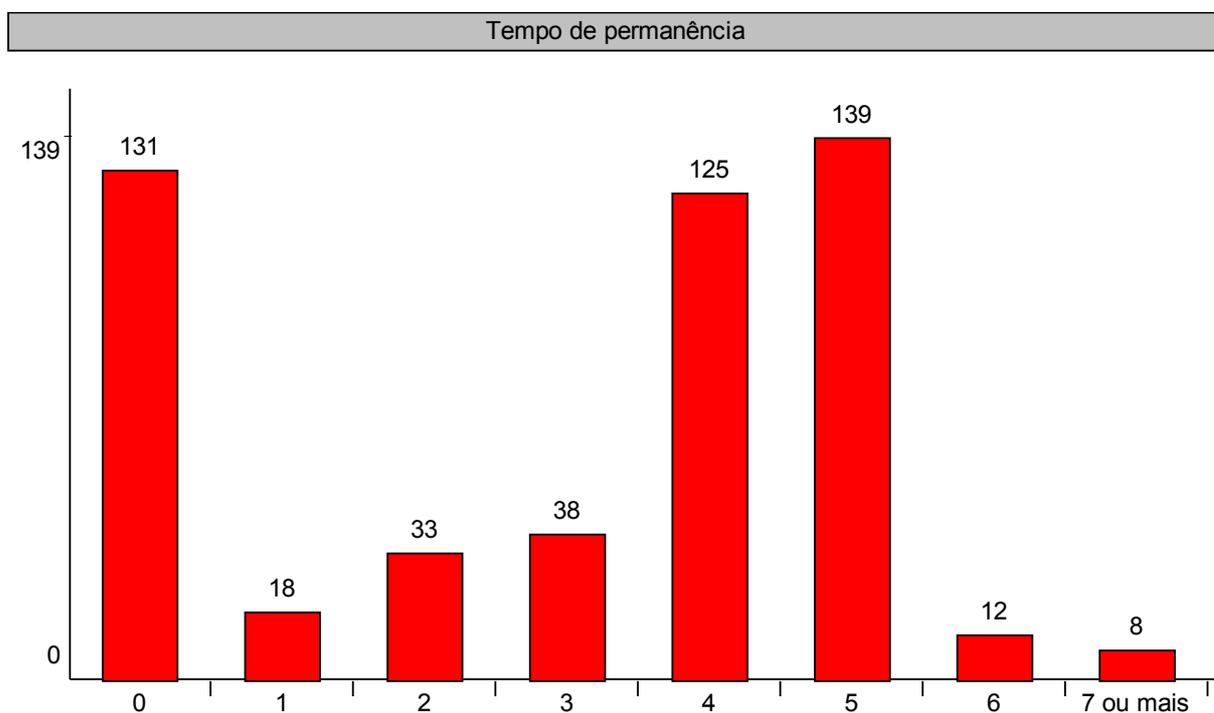


FIGURA 59 – Tempo de permanência na cidade – Carnaval

Perguntou-se também, ao entrevistado, quanto ele pretendia gastar por dia de permanência na cidade. A maioria das pessoas pretende gastar de R\$50,00 à R\$100,00 por dia, a resposta seguinte é de R\$20,00 à R\$50,00 por dia. Nota-se que o turista não pretende gastar muito na cidade, o dinheiro é para pagar despesas, não se vê interesse pelo comércio local, por exemplo. A figura 60 ilustra as respostas dadas pelos turistas, onde o eixo X mostra o volume de dinheiro gasto e o eixo Y mostra a frequência de respostas.

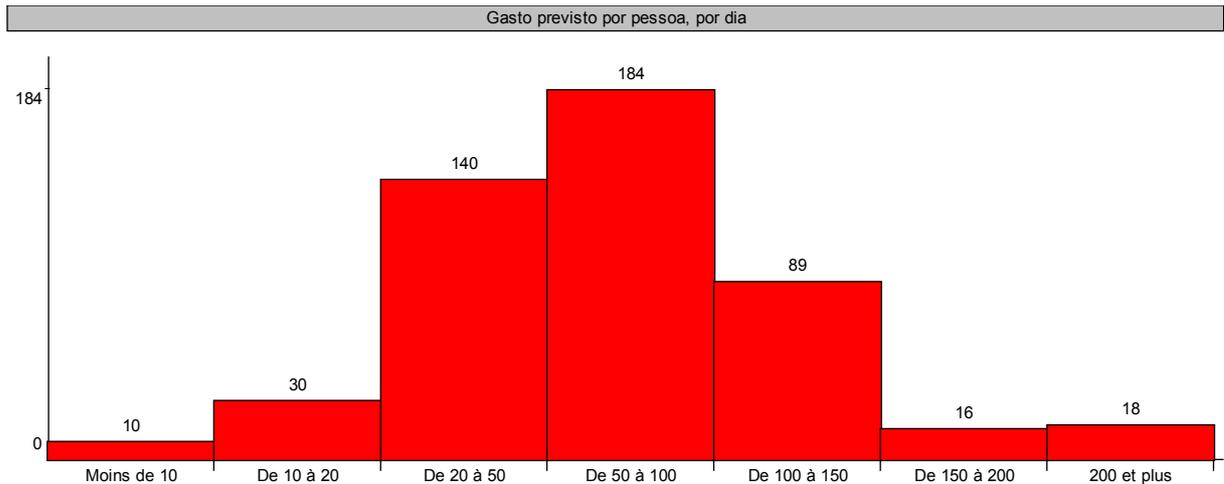


FIGURA 60 – Gasto por pessoa por dia – Carnaval

Com essa pergunta se encerra a segunda parte do questionário e começa a terceira parte que tenciona saber o índice de satisfação com a viagem, foram feitas perguntas em relação a satisfação com os serviços oferecidos, com a festa em si e com os serviços públicos oferecidos.

Em relação ao nível de satisfação com a viagem, a Figura 61 mostra as respostas dadas pelos turistas entrevistados.

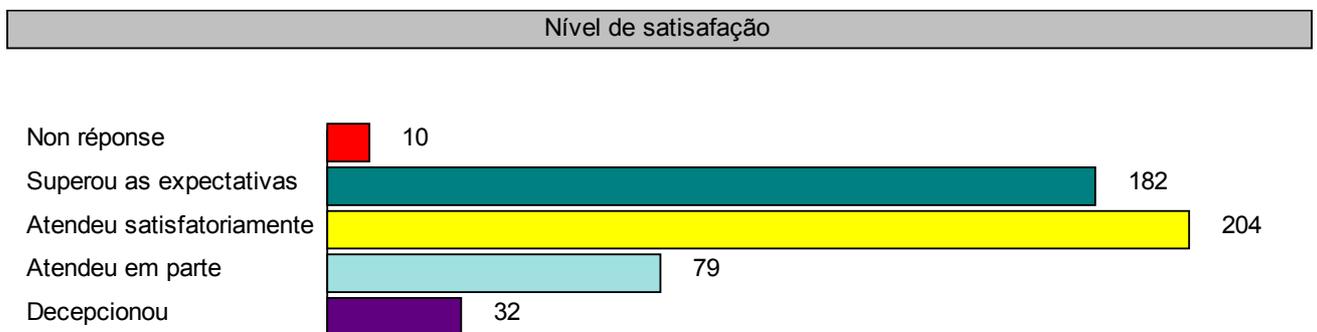


FIGURA 61 – Nível de satisfação com o evento – Carnaval

A resposta de maior frequência foi “Atendeu satisfatoriamente”, seguida de “Superou as expectativas”. Apenas 32 pessoas disseram ter algum motivo de decepção com o carnaval de São Luiz do Paraitinga. O índice de satisfação se mostra um pouco menor do que o encontrado na Semana da Canção

Dentre as pessoas que relataram ter algum motivo de decepção com a cidade ou com o carnaval, os motivos citados estão dispostos na Figura 62.

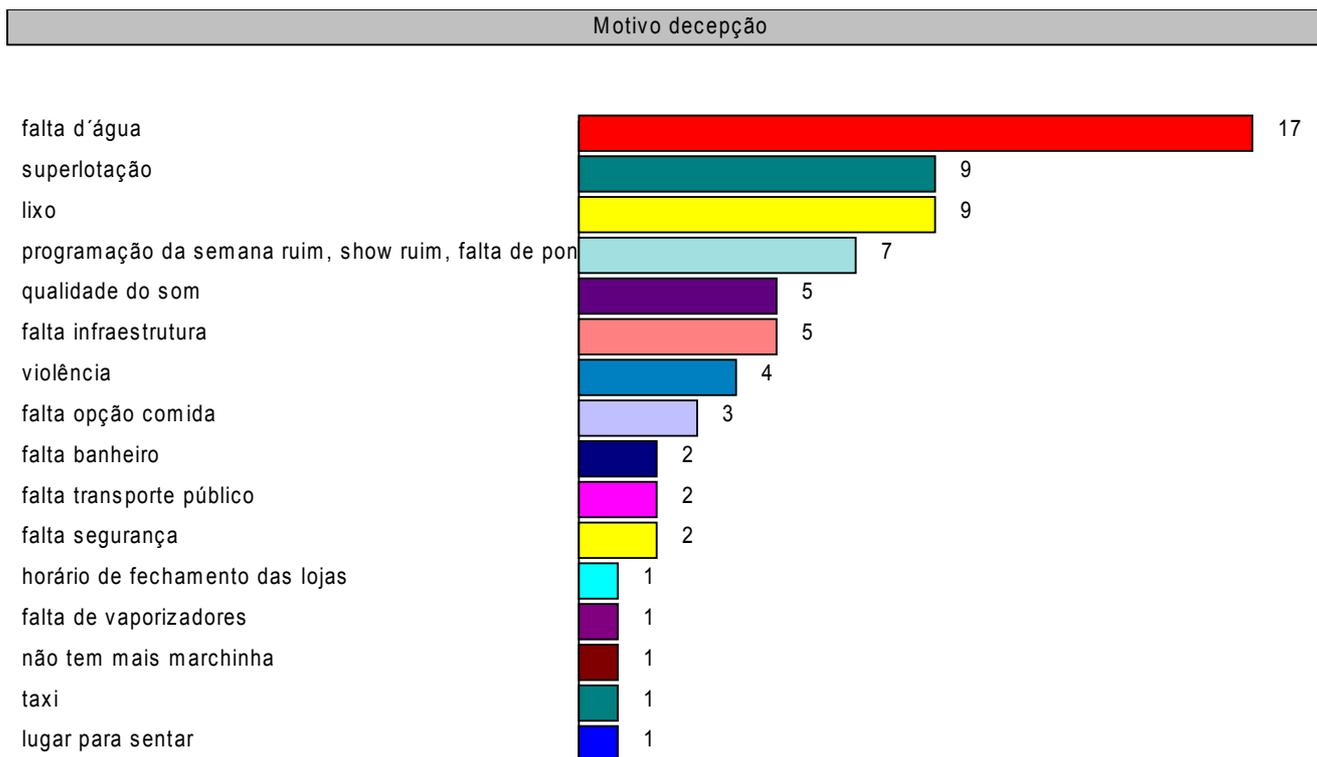


FIGURA 62 – Motivo de decepção com o evento – Carnaval

Nota-se a preocupação do turista consigo mesmo, a superlotação ou a programação são motivos centrados no conforto próprio e não no bem comum. A falta d'água é o motivo mais citado mostra ambigüidade, ou seja, motivo centrado tanto no coletivo quanto no individual.

Quando questionados se tem a intenção de voltar, a grande maioria dos entrevistados respondeu que certamente voltam a cidade, 33 pessoas responderam que não sabem e 28 responderam que não voltariam. Ainda assim percebe-se que grande número de pessoas ficou satisfeita com o carnaval, o que está ilustrado na Figura 63.

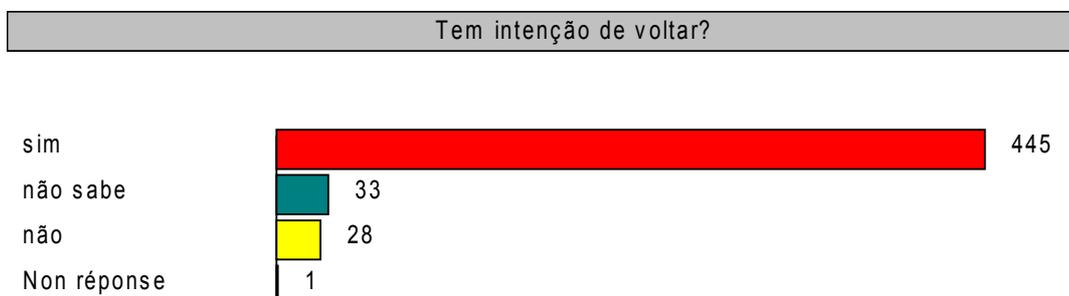


FIGURA 63 – Intenção de voltar a cidade – Carnaval

A Figura 64 mostra as respostas dadas pelo visitante entrevistado quando questionado sobre o motivo da viagem, a grande maioria diz que apenas o carnaval as

motivou. A segunda respostas mais citada foi História e Cultura da cidade, porém apenas 12 pessoas citaram essa opção, mais uma vez a motivação se mostra individual.

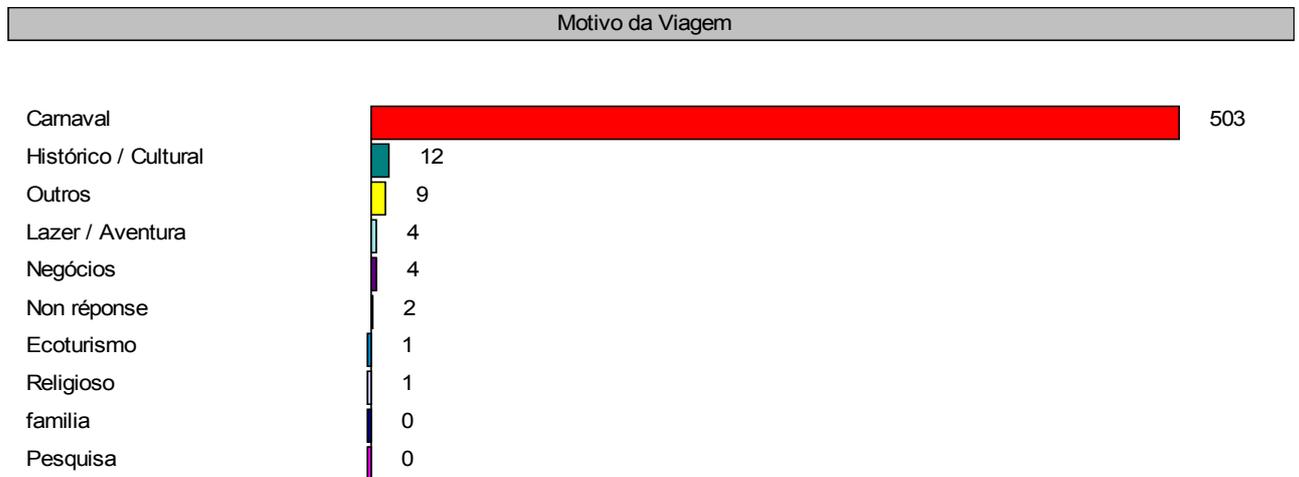


FIGURA 64 – Motivo da viagem

Em relação a avaliação dos serviços oferecidos pela cidade, o entrevistado escolhia uma entre cinco opções. O serviço de hospedagem foi avaliado em três quesitos: higiene e limpeza, atendimento e preço.

As respostas obtidas foram pelo serviço de hospedagem em relação a higiene e limpeza estão dispostas na Figura 65, onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

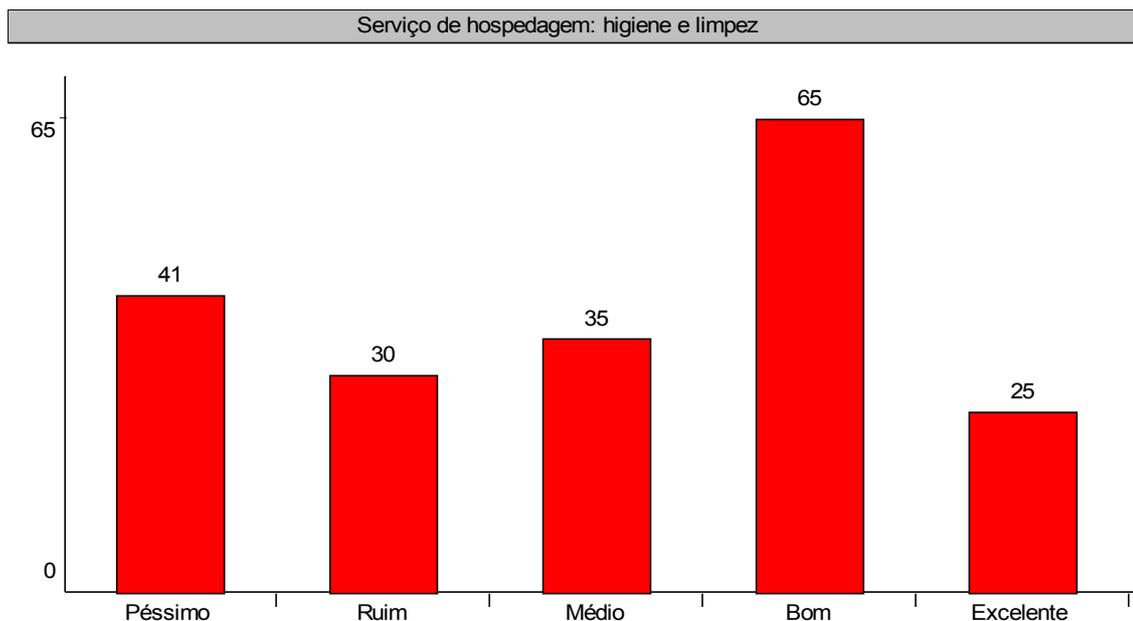


FIGURA 65 – Avaliação da hospedagem quanto a higiene e limpeza - Carnaval

A maioria das pessoas julga o serviço “Bom”, a segunda opção mais citada foi “Médio”. Porém deve-se notar que um grande número de pessoas avaliou a higiene e limpeza do serviço de hospedagem como “Péssimo”.

Em relação ao entendimento a maior ocorrência de respostas foi “Bom”, seguido de “Excelente”. Esse quesito foi melhor avaliado que higiene e limpeza, apenas 11 pessoas o classificaram como “Péssimo”. A figura 66 mostra a frequência de respostas, onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

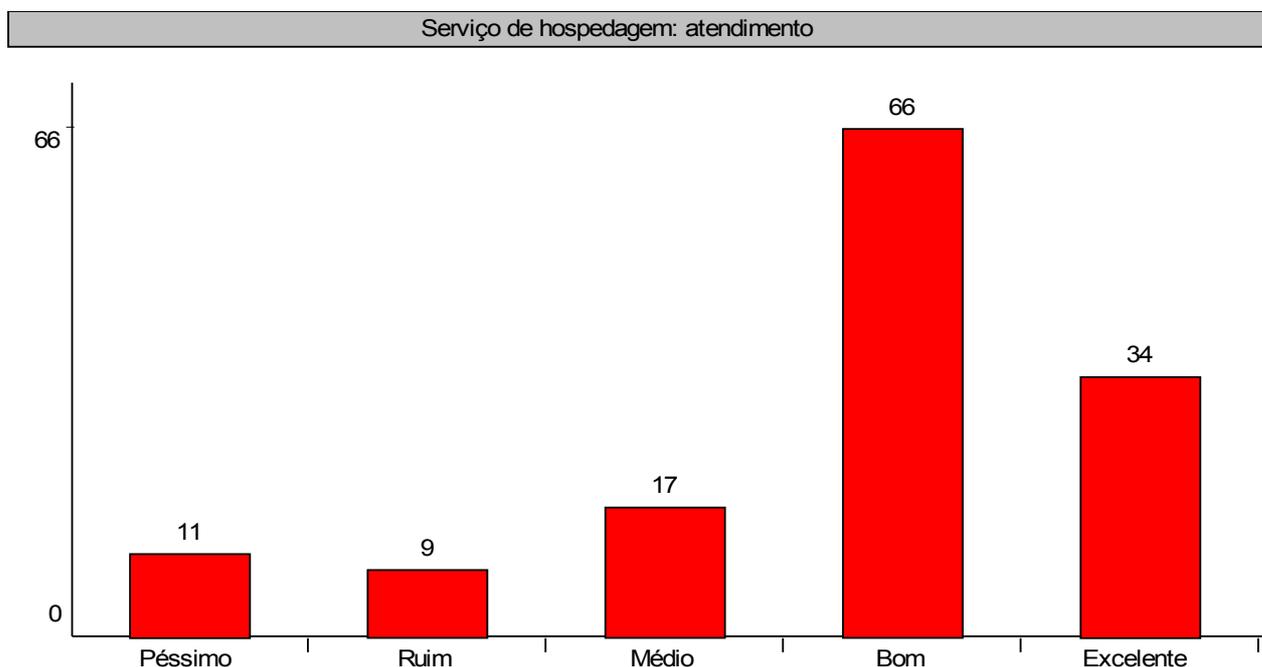


FIGURA 66 – Avaliação da hospedagem quando ao atendimento – Carnaval

A Figura 67 mostra a avaliação do serviço de hospedagem em relação ao preço, onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas. Esse quesito também obteve como maioria das respostas a opção “Bom”, seguido de “Médio”. Ainda assim há muitas pessoas avaliando como “Péssimo” ou “Ruim” o preço dos serviços de hospedagem.

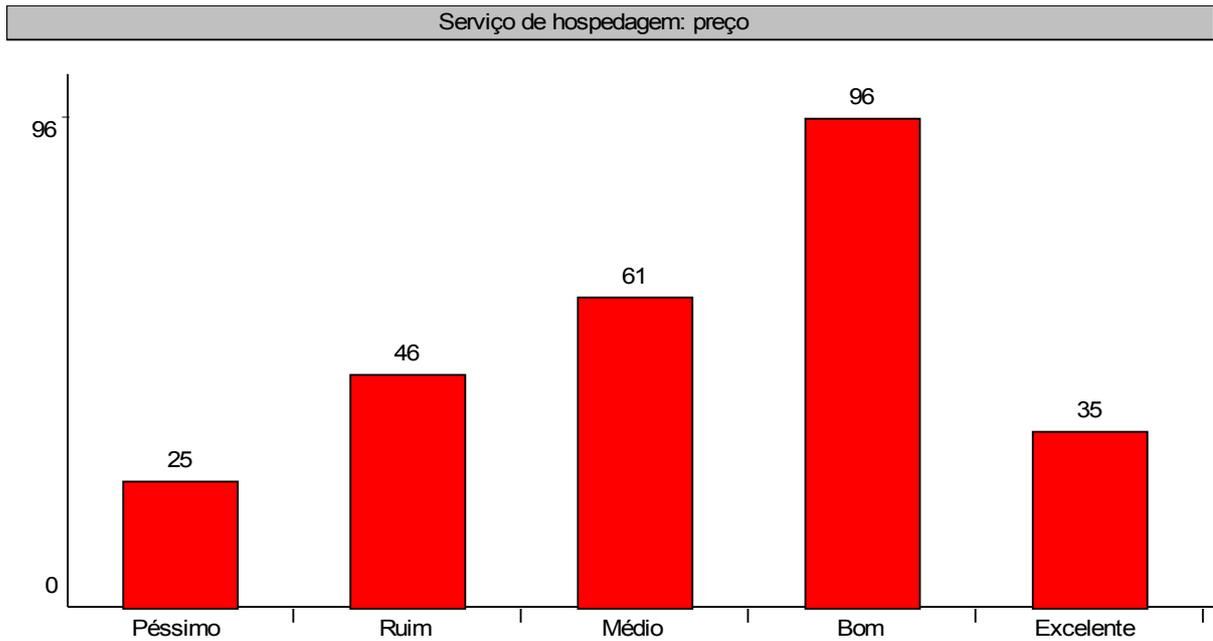


FIGURA 67 – Avaliação da hospedagem quanto ao preço – Carnaval

O serviço de alimentação também foi avaliado nos quesitos: higiene e limpeza, atendimento, qualidade e preço. O quesito higiene e limpeza obteve a maioria das respostas como “Bom”, seguido de “Médio”. Vale ressaltar que o serviço foi avaliado como “Pésimo” e “Ruim” por um número considerável de pessoas. A Figura 68 mostra a distribuição de respostas, onde o eixo X representa as opções de avaliação (pésimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

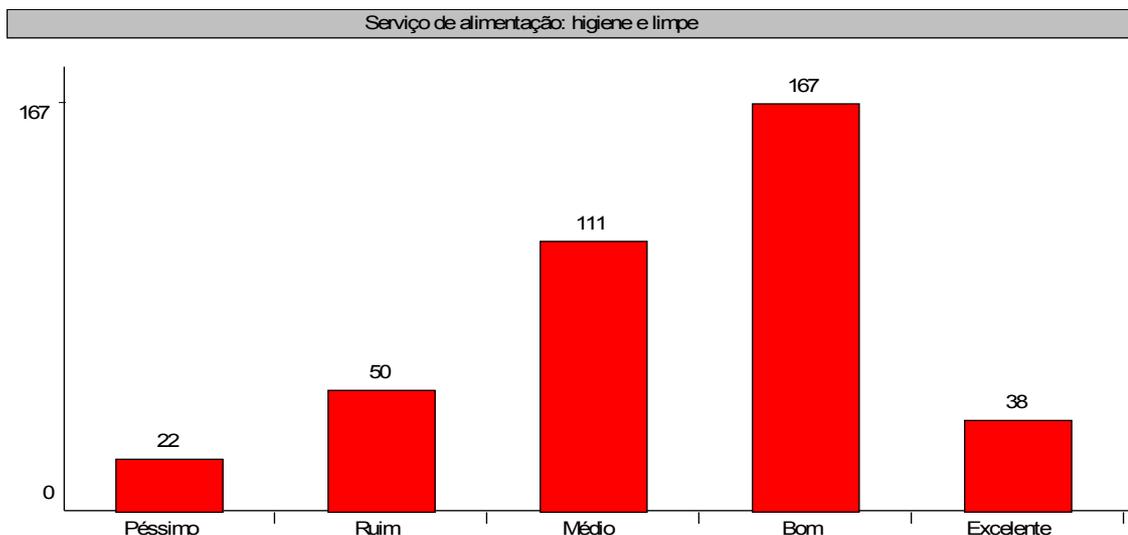


FIGURA 68 – Avaliação da alimentação quanto higiene e limpeza – Carnaval

Para atendimento e preço em relação ao serviço de alimentação, a resposta mais citada ainda foi “Bom”, seguida de “Médio”. Nesse quesito o serviço ainda recebeu considerável frequência de respostas “Péssimo” E “Ruim”. A Figura 69 mostra a disposição das respostas, onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

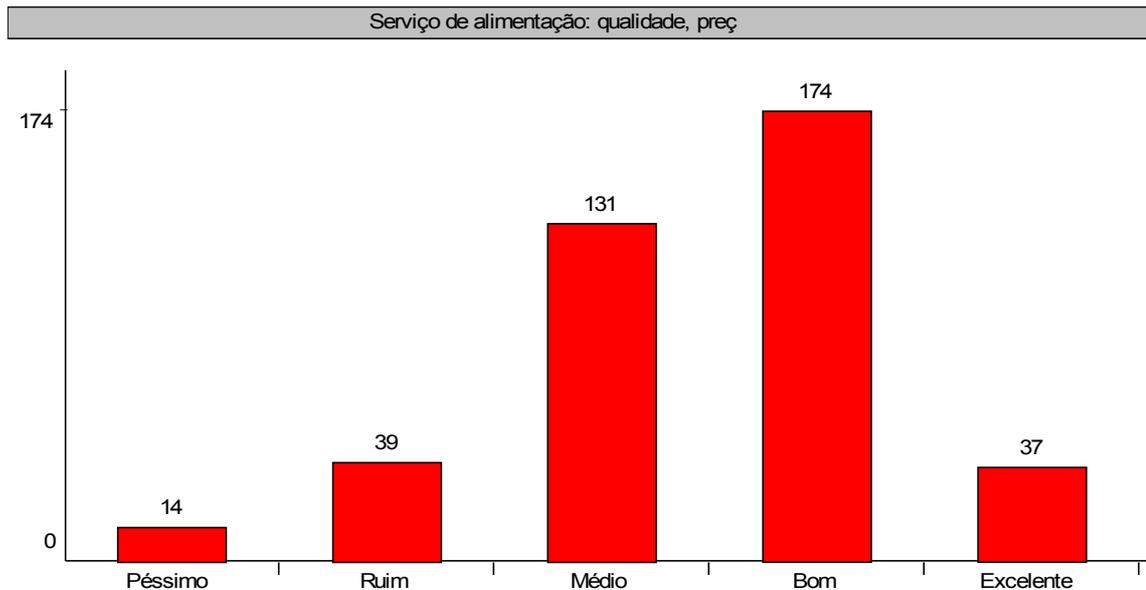


FIGURA 69 – Avaliação da alimentação quanto a qualidade e preço – Carnaval

Quanto ao entendimento, o serviço foi melhor avaliado, obteve a maioria como “Bom” seguido de “Médio” e menos classificação como “Péssimo” ou “Ruim”. A Figura 70 mostra as frequências de respostas dadas pelos turistas entrevistados, onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

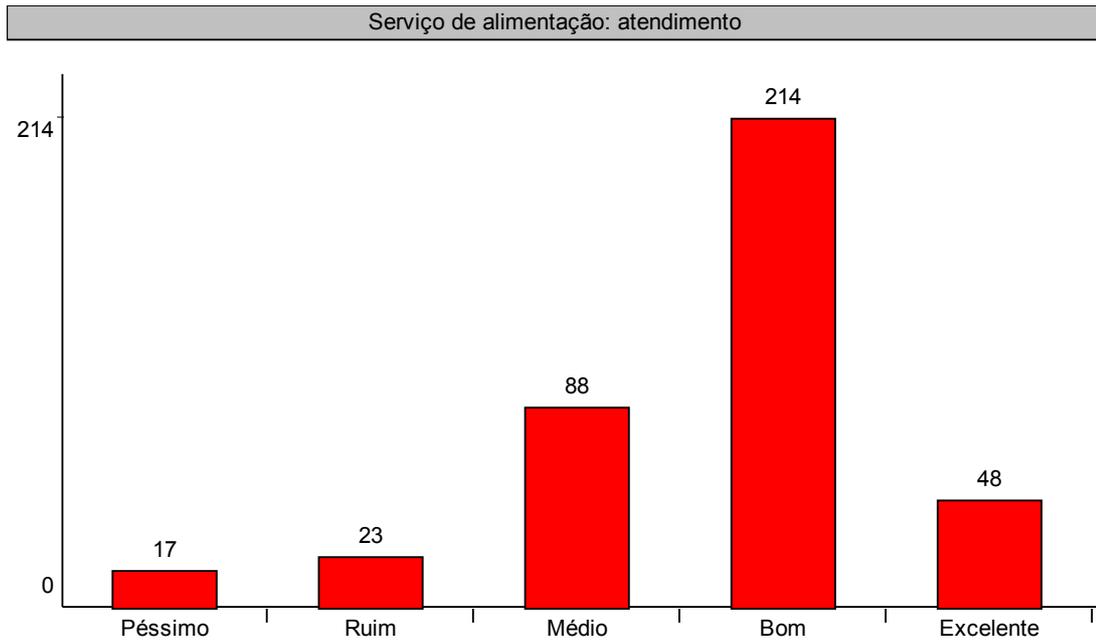


FIGURA 70 – Avaliação da alimentação quanto ao atendimento – Carnaval

A Figura 71 mostra a avaliação das rodovias de acesso a localidade, onde o eixo X representa as opções de avaliação (pésimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas. De um modo geral as rodovias, foram bem avaliadas, a grande maioria dos entrevistados as classificou como “Bom”.

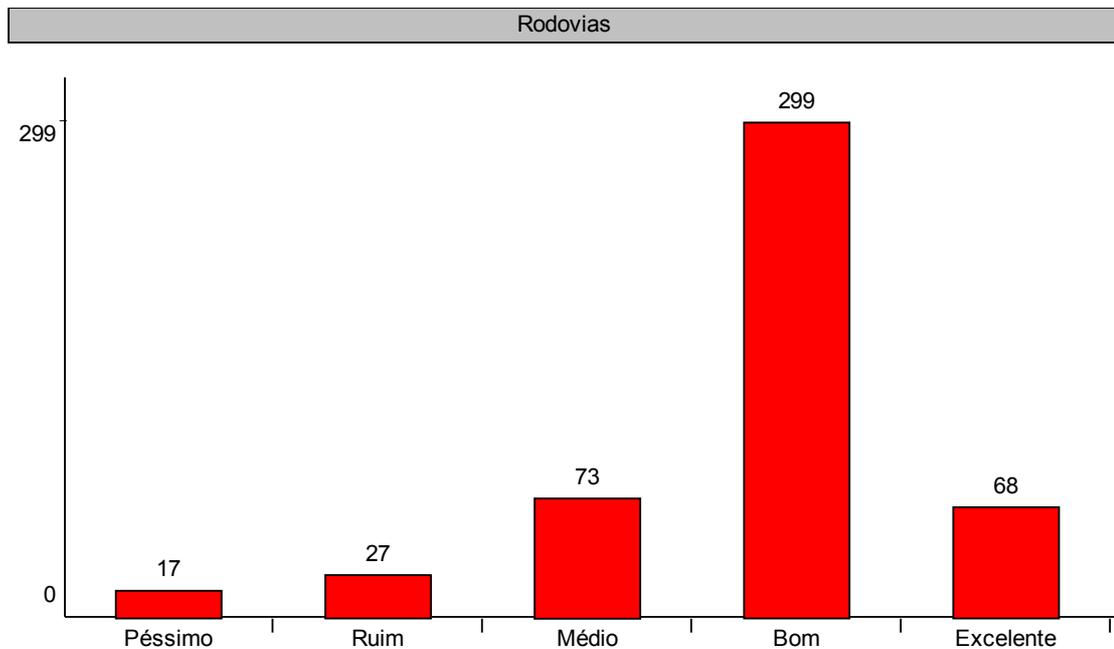


FIGURA 71 – Avaliação das rodovias de acesso a cidade – Carnaval

A Figura 72 mostra a avaliação do serviço público de transporte, onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas. Esse serviço público também foi bem avaliado, a maioria dos respondentes o classificou como “Bom” e foi seguido de “Médio”.

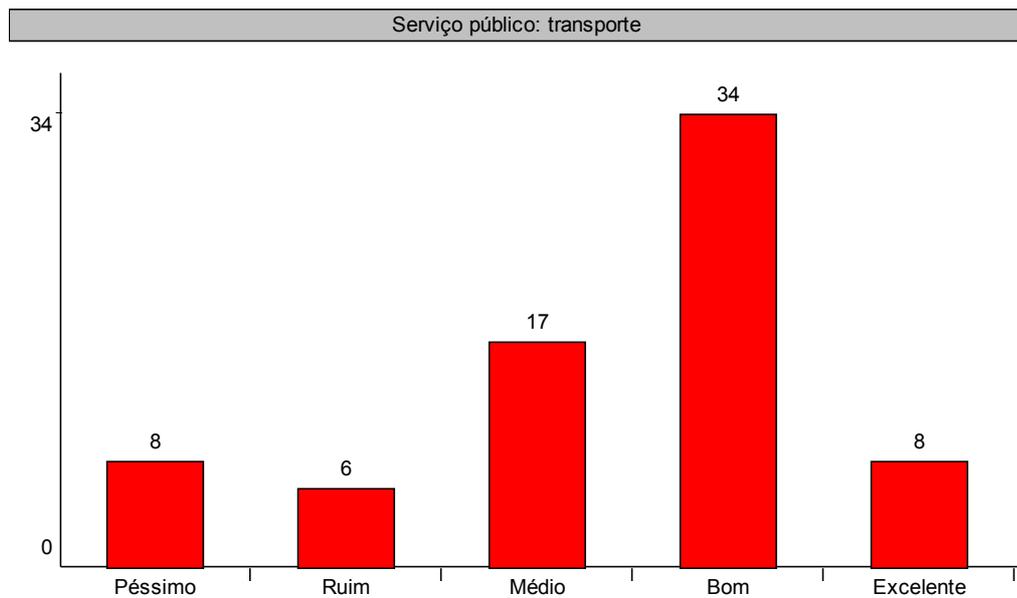


FIGURA 72 – Avaliação do transporte público – Carnaval

Em relação a limpeza, a distribuição de respostas foi bem grande. O número de “Péssimo” e “Ruim” supero o número de “Bom”. Ainda que a maioria dos respondentes avaliasse a limpeza como “Bom”, o serviço foi mal avaliado. A Figura 73 mostra a distribuição das respostas, onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

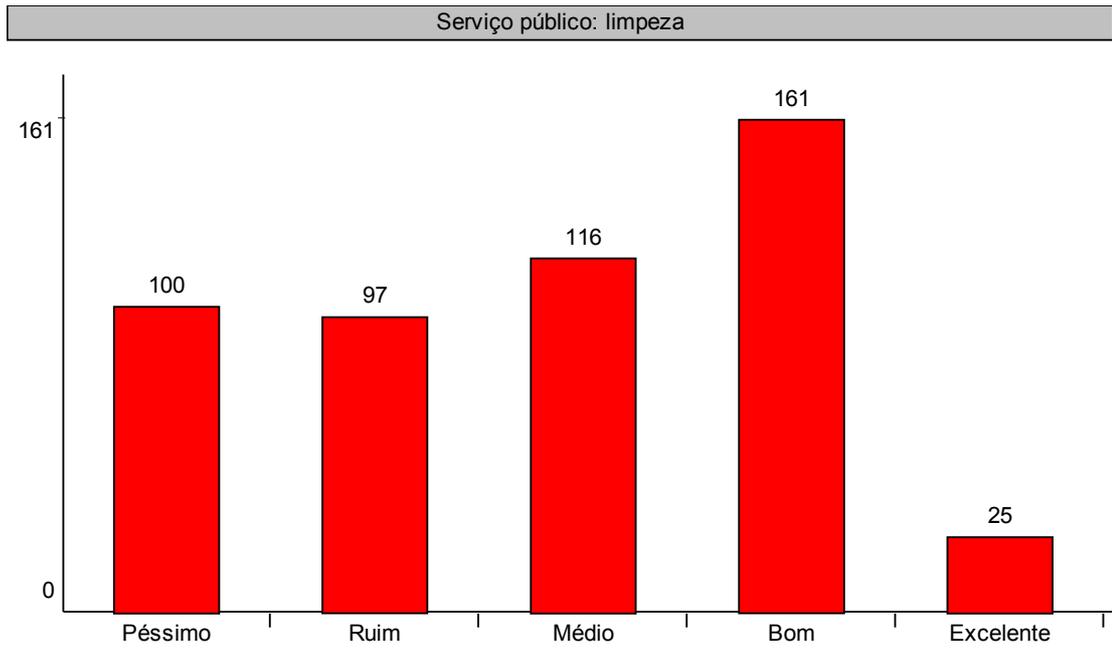


FIGURA 73 – Avaliação da limpeza da cidade – Carnaval

Já a segurança local foi bem avaliada. A maioria dos respondentes a avaliou como “Bom” e foi seguida de excelente. A Figura 74 mostra as respostas obtidas, onde o eixo X representa as opções de avaliação (pésimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

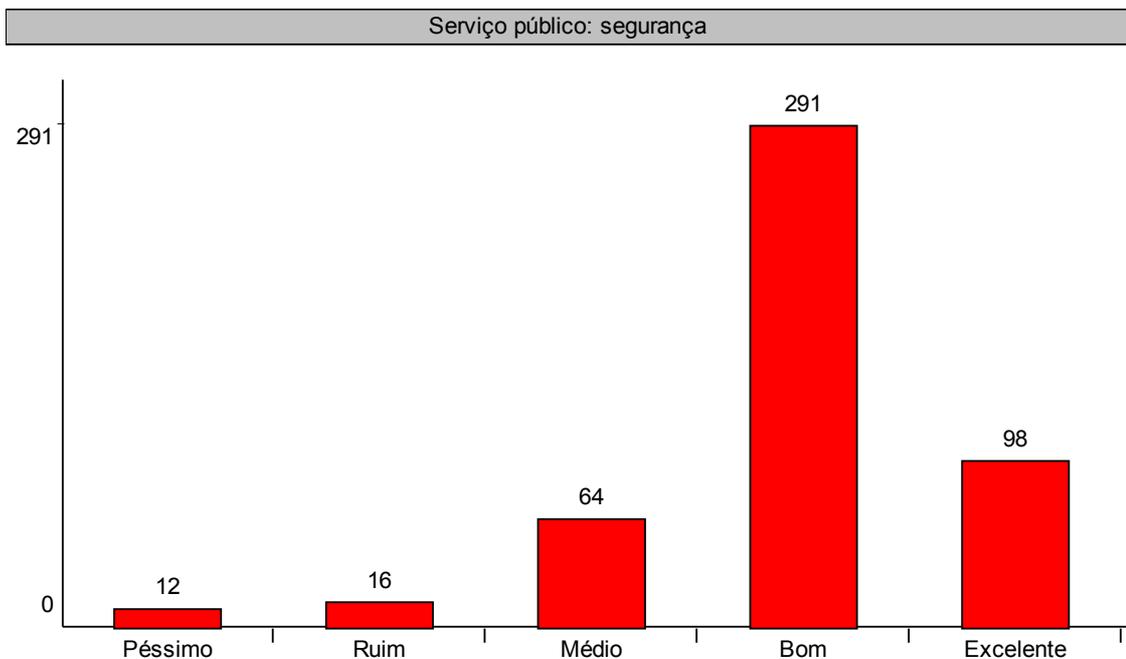


FIGURA 74 – Avaliação da segurança da cidade – Carnaval

O serviço de atendimento médico também foi bem avaliado, obteve “Bom” como maioria das respostas e foi seguido de “Excelente”. A Figura 75 mostra a distribuição das respostas, onde o eixo X representa as opções de avaliação (péssimo, ruim, médio, bom, excelente e não sabe) e o eixo Y representa a frequência de respostas.

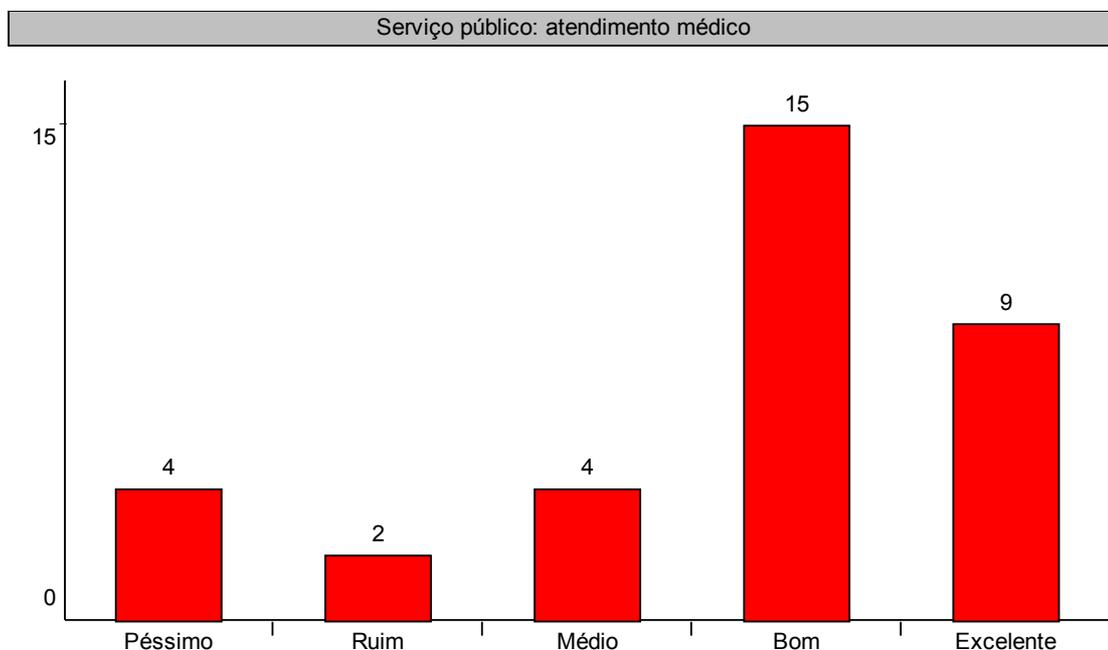


FIGURA 75 – Avaliação do serviço público de atendimento médico – Carnaval

Essa pergunta concluiu a terceira parte do questionário. Pode-se notar que de um modo geral os níveis de satisfação do visitante com a localidade turística e com os serviços oferecidos caiu consideravelmente em relação a Semana da Canção.

A quarta e última parte do questionário perguntava sobre a percepção quanto a sustentabilidade do destino turístico. Para tal foram formuladas perguntas sobre a percepção de alguma degradação ambiental, conhecimento de área de preservação ambiental, conhecimento de problemas ambientais, conhecimento de problemas sociais e conhecimento de projetos sociais na cidade. A última pergunta era aberta e perguntava qual o maior problema da cidade na visão do turista.

Em relação aos problemas ambientais, os mais percebidos estão dispostos na Figura 76.

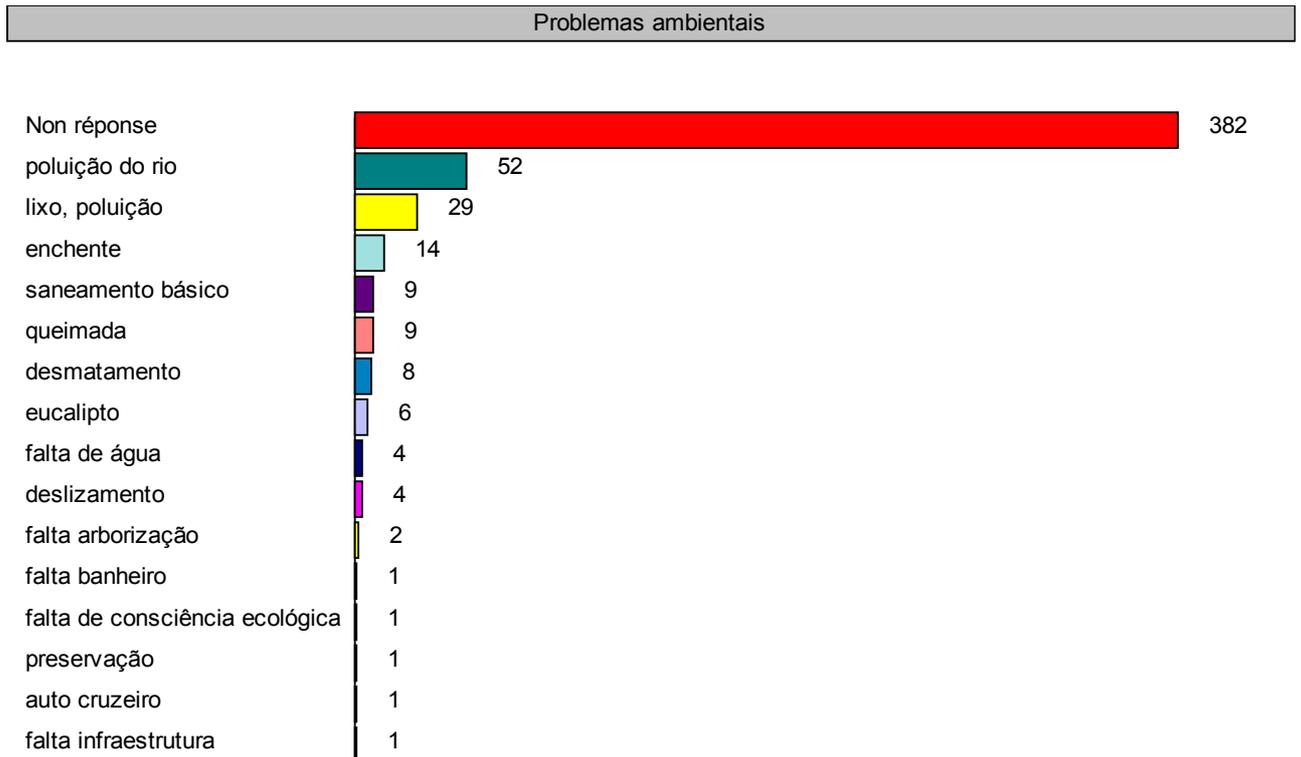


FIGURA 76 – Problema ambiental percebido pelo visitante – Carnaval

Em relação a unidade de conservação existente dentro da cidade, poucos são os turísticos que conhecem, apenas 33 afirmam conhecer bem, como mostra a Figura 77.

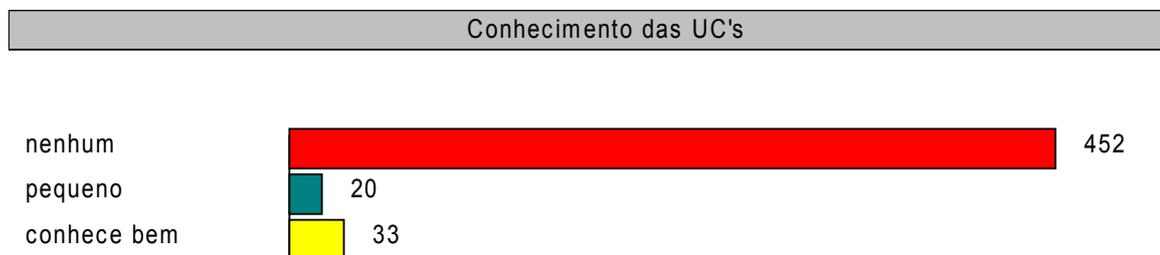


FIGURA 77 – Conhecimento da unidade de conservação - Carnaval

Sobre os problemas sociais da cidade, poucos são os que dizem conhecer algum, apenas 50 entrevistados afirmam ter conhecimento, conforme exposto na Figura 78.

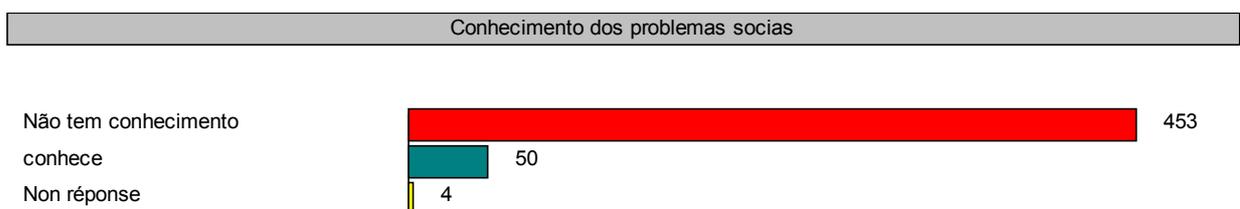


FIGURA 78 – Conhecimento dos problemas sociais da cidade – Carnaval

Dentre os que disseram conhecer, os problemas sociais mais citados estão dispostos na Figura 79.

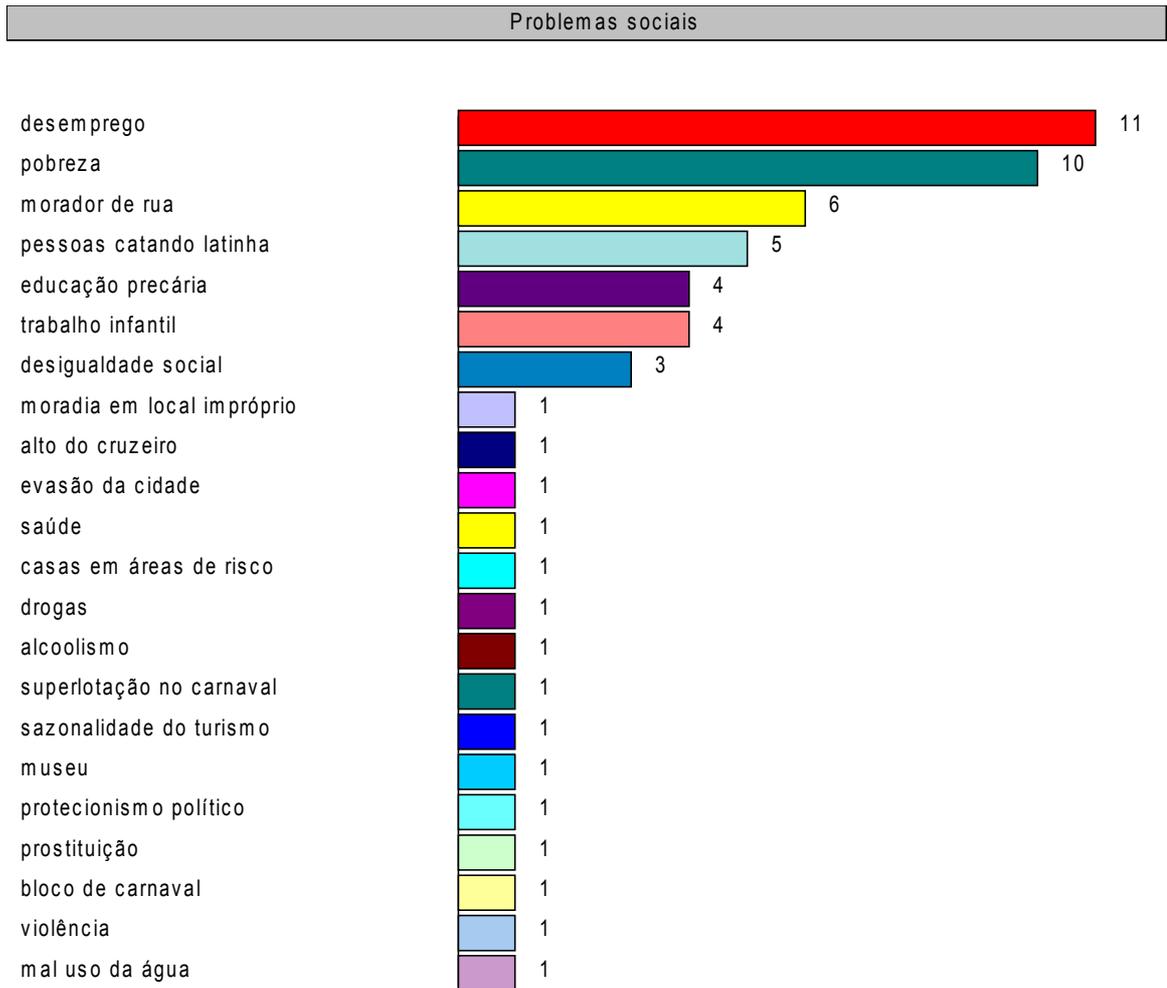


FIGURA 79 – Problema social percebido pelo visitante - Carnaval

A Figura 80 mostra as respostas obtidas quando foi perguntado se os entrevistados conheciam algum projeto social da cidade, a maioria respondeu que não conhecia nenhum projeto:

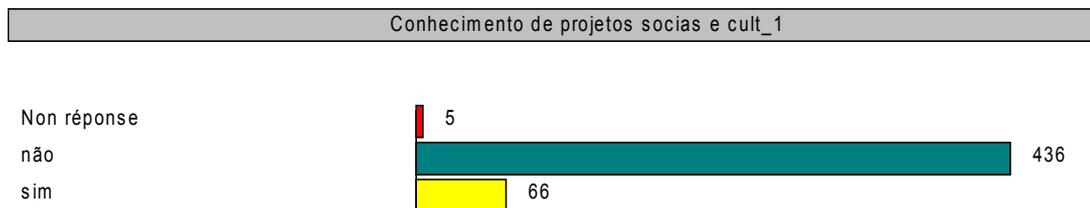


FIGURA 80 – Conhecimento de projetos sociais – Carnaval

Dentre os que disseram conhecer, os projetos sociais mais citados estão dispostos na Figura 81.

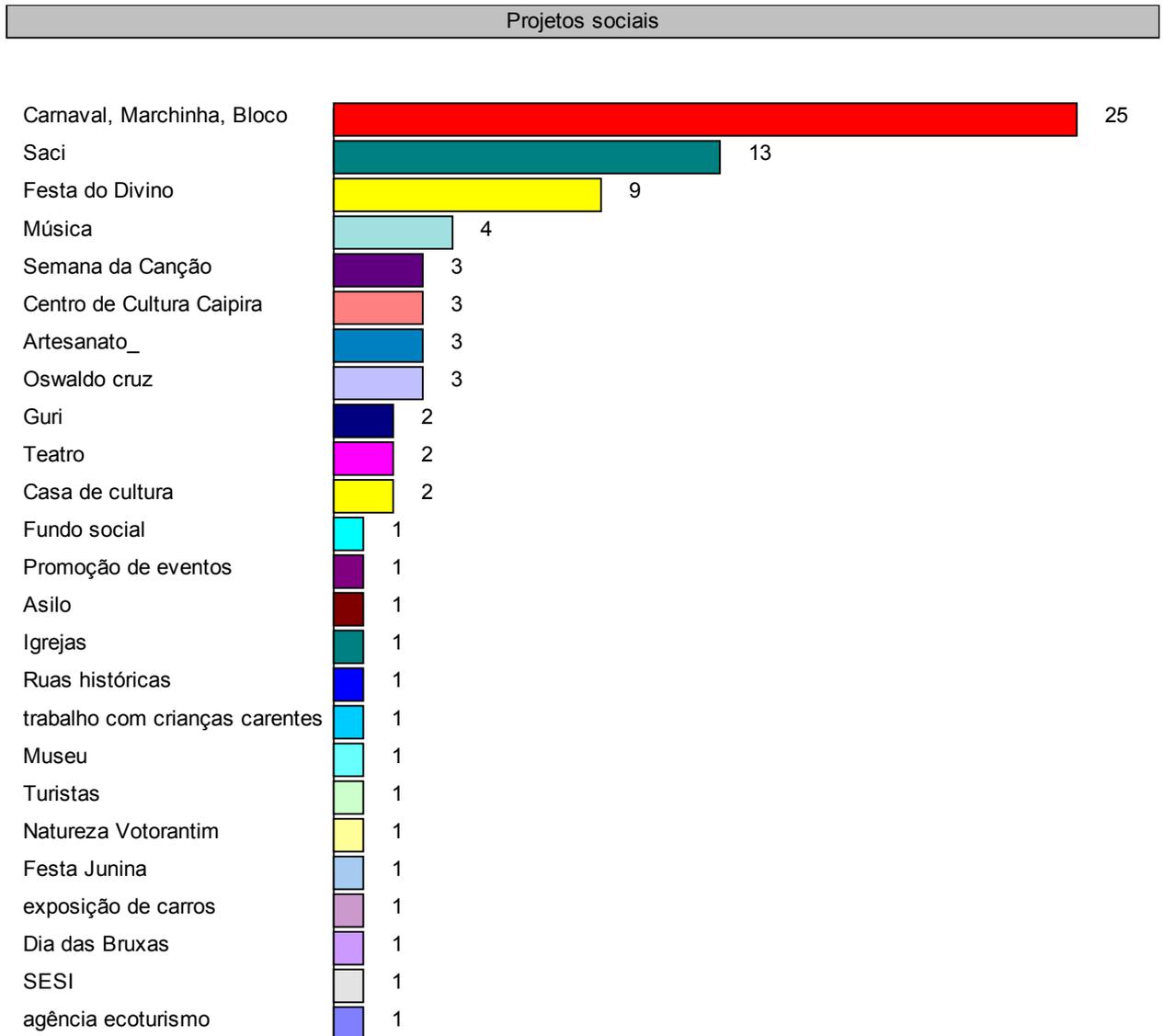


FIGURA 81 – Projeto social percebido pelo visitante – Carnaval

A última pergunta era aberta e perguntava qual o maior problema de São Luiz do Paraitinga na visão do entrevistado, as respostas estão dispostas na Figura 82.

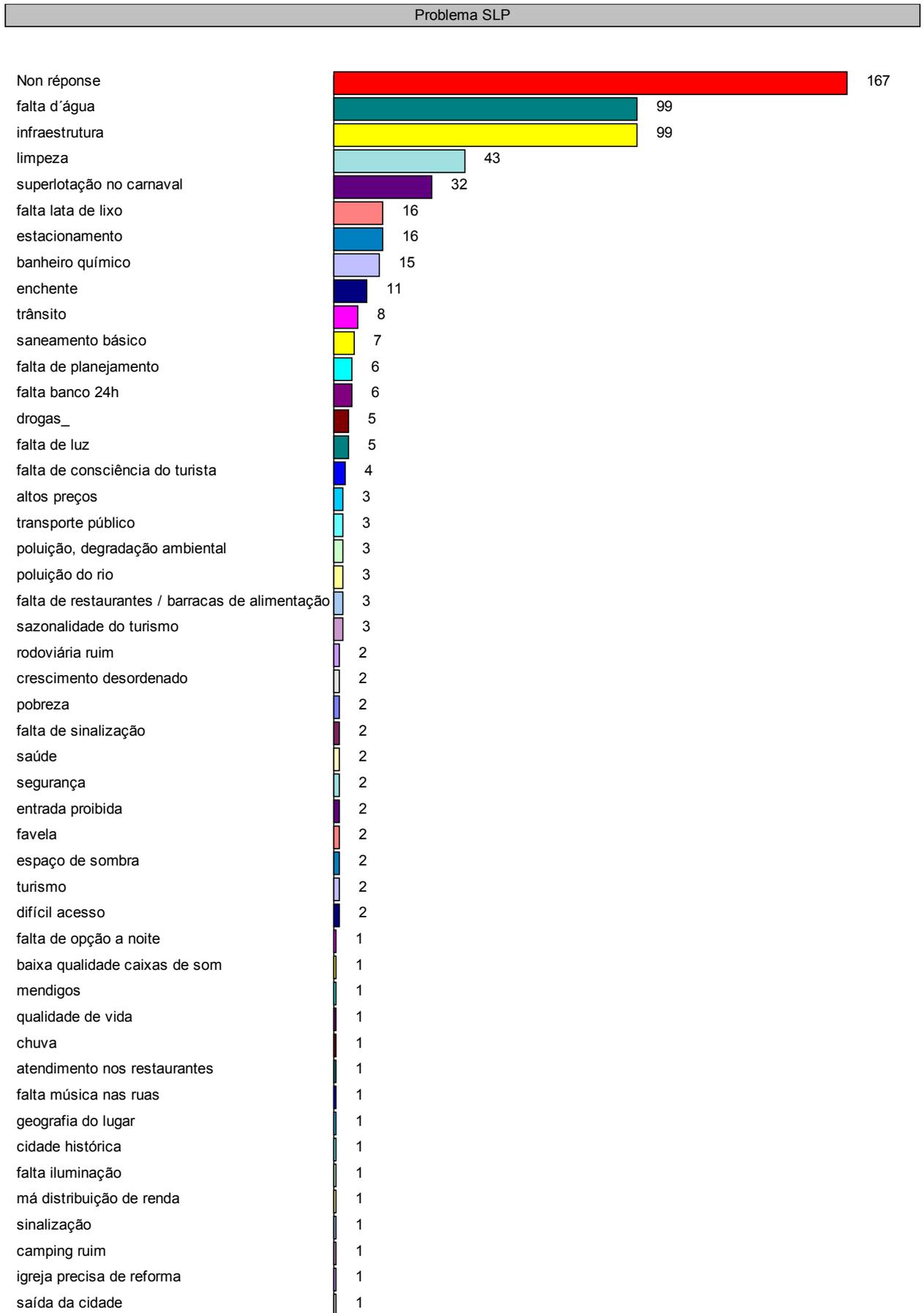


FIGURA 82 – Principal problema da cidade na visão do visitante – Carnaval

De um modo geral o turista parece conhecer pouco a cidade que visita. Quando perguntado em relação a conservação ambiental da cidade ou seus problemas sociais, as respostas, em sua maioria, são negativas. Percebe-se que os turistas se preocupam mais com seu conforto e com as atrações locais. Mas pouco se interessa pelos problemas locais ambientais ou sociais. No carnaval, o motivo que os leva até a cidade é simplesmente a realização da festas, poucos citaram a história e cultura local.

5.3 O ENTENDIMENTO DOS DADOS

Com os dados coletados, consegue-se perceber o entendimento de cada perfil de turista nas diferentes ocasiões festivas.

Nota-se que a média de idade da semana da canção é maior que a do carnaval, a média da semana da canção é de 36 anos, contra 25 do carnaval. Assim como os visitantes da semana da canção se mostram mais assíduos do que os do carnaval, média de 4 visitas, contra média de duas visitas. Os visitantes da semana da canção são em sua maioria casados e com nível superior, enquanto que os do carnaval são estudantes solteiros.

Os visitantes que vão a semana da canção estão procurando cultura e lazer, já os visitantes do carnaval estão preocupados apenas com a festividade em si. Quanto a hospedagem também há bastante diferença, na semana da canção os visitantes preferem hotéis e pousadas, enquanto os visitantes do carnaval preferem alugar casas. Porém um dado que chama atenção é que o gasto diário por pessoa é maior que no carnaval do que na semana da canção, chama atenção pois, geralmente, quanto maior a idade do visitante, maior o gasto durante a viagem, mas em São Luiz do Paraitinga parece acontecer o contrário.

Tanto no carnaval, quanto na semana da canção os grupos de viagem são formados, em sua maioria por amigos, seguidos de família. Mesmo nos grupos familiares não há grande frequência de crianças. O meio de transporte mais utilizado, em ambas as festas é o carro particular. Porém os restaurantes são a preferência dos visitantes da semana da canção, enquanto bares de similares são preferência dos visitantes do carnaval.

Em sua maioria nos dois eventos, os visitantes ficam sabendo das atividades turísticas de São Luiz do Paraitinga através da informação de amigos, o tradicional “boca-a-boca” é o meio de comunicação mais eficaz na divulgação da localidade turística. A frequência de visitas está bem distribuída nas duas festas, a maioria de ocorrência é de visitantes que estão na primeira vez o destino, mas a distribuição incluem até mais de 20 visitas.

A satisfação com as festas é bem elevada, sendo que a semana da canção superou as expectativas de 57,3% dos visitantes e decepcionou apenas 0,4%. O índice de superação das expectativas do carnaval é de 35,9% dos visitantes, com apenas 6,3% de decepção. Porém a semana da canção chama mais atenção pelos altíssimos níveis de aprovação. Da mesma forma grande número de visitantes pretendem voltar a localidade, na semana da canção 98,0% dos visitantes dizem que voltariam, e 0,8% dizem não saber, nenhum visitante disse que não voltaria a cidade. No carnaval 87,8% dos visitantes dizem que voltariam, contra 6,5% dizem não saber e apenas 5,5% dizem que não voltariam.

Em relação a avaliação dos serviços oferecidos pela localidade, as notas foram bem melhores na semana da canção. O serviço de hospedagem foi avaliado em três quesitos: higiene e limpeza, atendimento e preço e nos três obteve maiores notas na semana da canção, com pequenos ou nenhum índice de reprovação, enquanto no carnaval além das notas caírem consideravelmente, também aumentaram os índices de reprovação. O mesmo ocorreu com o serviços de alimentação, também avaliado em três quesitos: higiene e limpeza, atendimento e qualidade e preço. As rodovias de acesso a cidade, a limpeza e a segurança local também tiveram melhores índices de avaliação na semana da canção. Apenas o transporte público foi melhor avaliado no carnaval, esse índice pode ser explicado pelos ônibus extras disponibilizados devido ao evento.

Em relação os problemas ambientais, os visitantes da semana da canção relatam conhecer mais do que os do carnaval, com o índice de 36,1% contra 24,6%. O mesmo acontece com as unidades de conservação, na semana da canção 23,8% dos turistas afirmam conhecer bem, contra apenas 6,5% dos visitantes do carnaval. Os problemas sociais seguem a mesma linha, 24,7% dos visitantes da semana da canção afirmam ter

notado algum problema social na cidade, contra apenas 9,9% no carnaval. Assim como no projetos sociais, que 34,6% dos visitantes da semana da cação afirmam conhecer, contra 13,1% do carnaval. A última pergunta questionava o principal problema da cidade e os visitantes da semana da canção citaram a infra-estrutura local e o desemprego, os visitantes d carnaval citaram falta d'água e infra-estrutura.

O que foi possível notar com a realização das pesquisas é a diferença de público das duas festas, o visitante da semana da canção conhece um pouco da cidade, já freqüenta há algum tempo, se interessa por seus problemas, pela população local e pela história local, enquanto que o visitante do carnaval pouco conhece da cidade e mostra não se interessar em conhecer sua história ou principais problemas.

O carnaval atrai um número grande de visitantes, mas em compensação o nível de satisfação tanto com a festa, quanto com os serviços cai consideravelmente e os problemas como falta d'água, falta de hospedagem e falta de luz aumentam também consideravelmente. Pode-se notar também que o visitante do carnaval está, na maioria da vezes, centrado em nos problemas que influenciam a viagem, sempre que questionados sobre motivo de decepção ou problema encontrado, esse visitante cita algo bem pontual que está relacionado com seu conforto, enquanto o visitante da semana da canção consegue citar problemas relacionados com a comunidade local e com o meio-ambiente local.

Ao mesmo tempo que o carnaval atrai muitos turistas, atrai também problemas para a cidade, a superlotação e a falta de índices básicos como água, energia elétrica, hospedagem e alimentação são constante foco de preocupação da organização dessa festa. Enquanto semana da canção consegue atrair um público mais consciente e evitar esses problemas.

Essas duas pesquisas conseguem mostrar as necessidades e os desejos dos dois públicos e com isso é possível organizar uma festa que atenda essas duas necessidades, mantenha os itens procurados pelos turistas e não atraia problemas ou estragos para a população local. Consegue-se perceber que número de público não é sinal de sucesso, um índice que poderia ser levado em consideração ao se questionar o sucesso de uma festa é a o nível de satisfação com o evento, que mostra o quanto a cidade e sua

organização estão agradando, pode-se considerar também a avaliação dos serviços oferecidos mas nunca deve apenas olhar para o número de público.

São Luiz do Paraitinga consegue organizar festas maravilhosas, com altíssimos níveis de cultura, ou seja, com boa música, boa comida, boas histórias e bons turistas. O carnaval por atrair muitas pessoas, consegue deixar passar muito dessa cultura. A diminuição do número de público e o resgate da cultura local são itens essenciais para o futuro sucesso da festa e para que consiga alcançar níveis de satisfação como os da semana da canção.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A busca pela sustentabilidade turística é cada vez mais constante nas localidades que praticam o turismo e tem nessa atividade grande parte de sua renda. Esse é o caso de São Luiz do Paraitinga, como o decorrer desse trabalho mostrou.

Buscar o equilíbrio entre o sucesso das atividades atraindo turistas e melhorando a economia com a sustentabilidade local é um desafio que deve ser vencido tanto pelo governo local, quanto pela comunidade local.

Citar a comunidade local é imprescindível, pois a sustentabilidade depende diretamente dela, pois não se pode pensar apenas no meio ambiente e em sua preservação, é preciso que se pense nas atividades culturais da comunidade local e que se promova o seu desenvolvimento.

No caso de São Luiz do Paraitinga, o que de mais valioso a cidade tem é a comunidade local, pois é dela que se oriundam as festas, os artesanatos, a história e os pratos típicos, é da comunidade que vem toda beleza encontrada nos passeios pela cidade e nos objetos comprados, assim como a hospitalidade. Por isso é preciso valorizar os moradores locais e proporcionar a eles possibilidades de aprendizado, desenvolvimento e geração de renda.

Esse era um dos focos da pesquisa de campo realizada na cidade, obviamente traçar o perfil do turista e perceber suas necessidades e desejos é fundamental, mas esse são os dados que, se bem trabalhados, podem levar a valorização da cidade como centro histórico e das festas organizadas como patrimônio da humanidade.

A idéia é que a pesquisa sirva de base para a cidade construir as suas atividades turísticas de forma sustentável e não sirva apenas como relatórios de números, pois não basta saber quantos visitantes estiveram na cidade, é preciso saber onde eles estão alojados, onde fazem suas refeições, o que pensam sobre as atrações e a cidade de modo geral. Esses dados conseguem possibilitar planejamento de atividades atendendo as necessidades e desejos dos visitantes e proporcionando a prática do turismo sustentável. Assim a localidade terá, ao mesmo tempo, sucesso nas atividades e não comprometerá o seu futuro.

De nada adianta despender recursos com a pesquisa de campo ou tentando práticas o turismo sustentável se não se entende a cidade como única e percebe-se que não há fórmula pronta para ser aplicada as atividades turísticas, o ideal é que cada localidade busque a sua forma de sucesso, por isso deve-se se contar com as adversidades e moldar planejamentos quando elas surgirem.

Com os dados já se sabe o que o turista procura, já se sabe que lotar a cidade não é a melhor saída e que oferecer uma programação, hospedagem e serviço de alimentação de qualidade é essencial. Essa com certeza não é a fórmula do sucesso, mas pra São Luiz do Paraitinga é uma linha que pode evitar o fracasso.

6.1 VERIFICAÇÃO DOS OBJETIVOS

A pesquisa de campo conseguiu identificar as diferenças em relação a sustentabilidade local quando se comparou as duas festas pesquisadas. Foi possível identificar as diferenças entre o perfil do visitante, quanto a percepção do destino turístico e quanto ao esperado da festa e da localidade. O turista da Semana da Canção parece contribuir mais para a sustentabilidade local em suas diversas dimensões do que o turista do carnaval. Com isso já sabe qual turista deve ser atraído para cidade e pode planejar métodos de chamar a atenção desse turista.

Com a pesquisa de campo foi possível identificar também os desejos e necessidades do turista que vai até a localidade turística de São Luiz do Paraitinga. Com isso pode-se planejar as ações de maneira a atender satisfatoriamente as expectativas do turista. Sabendo o tipo de turista que se quer atrair e que desejos esse tipo de turista tem, há grande possibilidade de se ter sucesso com as ações turísticas, pois essas podem ser moldadas de acordo com o perfil desejado pela localidade.

6.2 CONTINUIDADE DO TRABALHO

A monitoração do perfil do turista é essencial para o planejamento da cidade, ou seja, é de fundamental importância que pesquisas de campo que visam traçar o perfil

do turista juntamente com sua percepção da cidade e percepção de seus desejos e necessidade continuem a ser feitas em diferentes ocasiões. É preciso perceber se ocorrem mudanças em relação a esse perfil para que se possa dar continuidade ao planejamento que atraia o público desejado e para que a cidade continue atendendo as expectativas do cliente.

Todo esse estudo foi feito antes de uma das piores catástrofes da história de São Luiz do Paraitinga, a enchente do dia 1 de Janeiro de 2010. Nessa enchente prédios históricos foram perdidos, a rede de alimentação e hoteleira sofreu sérios danos e muitos estabelecimentos fecharam as portas. O momento é de reconstrução da cidade e o foco deve ser voltado para a reestruturação turística e reestruturação das atividades que geram renda para a comunidade local. Os dados expostos nesse trabalho podem ajudar o planejamento da reconstrução local, fazendo com que as atividades de reconstrução sejam voltadas para uma cidade turística que consiga continuar atraindo turistas e atendendo as suas necessidades. Os dados mostram que rumo as atividades turísticas devem seguir e podem servir de base para a reconstrução.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTRO, Alessandra Martins de. **Caracterização dos impactos provocados pelo turismo na paisagem urbana do centro histórico de São Luiz do Paraitinga – SP, entre 2002 e 2007**. Dissertação (Mestrado em Ciências ambientais) – Universidade de Taubaté, Taubaté, 2008.

Ministério da educação. **Guião da educação para sustentabilidade: carta da terra**. Coleção: Educação para cidadania, Brasília, 2006. Disponível em: <www.educacao.gov.br> Acesso em 12 de janeiro de 2010.

Ministério do Turismo. **Conteúdo Fundamental: turismo e sustentabilidade**. Brasília, 2007. Disponível em <www.turismo.gov.br> Acesso em 13 de janeiro de 2010.

OLIVEIRA, Sérgio Domingo de; FONTANA, Rosislene de Fátima. **Turismo responsável: uma alternativa ao turismo sustentável?**. IV SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL Universidade de Caxias do Sul – Mestrado em Turismo Caxias do Sul, RS, Brasil – 7 e 8 de Julho de 2006.

RAGAZZI, Leandro Tsaldaris. **Projeto de pesquisa: análise da sustentabilidade de destinos turísticos do cone leste paulista**. Relatório final de atividades – Bolsa CNPQ – PIBIQ. UNESP – Universidade Estadual Paulista Campus de Guaratinguetá – Faculdade de Engenharia Departamento de Produção, 2009.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 11 ed. Campinas: Papirus, 2004. (Coleção Turismo.)

Secretária do Estado de São Paulo, disponível em <www.cultura.sp.gov.br> Acesso em 10 de janeiro de 2010.

Site da agência de turismo Paraitinga Turismo, disponível em <www.paraitinga.com.br>. Acesso em 11 de janeiro de 2010.

Site da cidade de São Luís do Paraitinga, disponível em <www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br> Acesso em 10 de janeiro de 2010.

ZAOUAL, Hassan. Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições. In: BARTHOLLO, Roberto; SANSOLO, Davis Gruber; BURSZTYN, Ivan. **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.