



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS

RIANA JÉSSICA DA ROCHA ARAÚJO

**O NORDESTE TURÍSTICO E A ROTA DAS EMOÇÕES NA INTEGRAÇÃO DE
DESTINOS DO CEARÁ, PIAUÍ E MARANHÃO**

FORTALEZA – CEARÁ

2017

RIANA JÉSSICA DA ROCHA ARAÚJO

O NORDESTE TURÍSTICO E A ROTA DAS EMOÇÕESNA INTEGRAÇÃO DE
DESTINOS DO CEARÁ, PIAUÍ E MARANHÃO

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de Concentração: Gestão de Negócios Turísticos.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Luzia Neide Menezes Teixeira Coriolano.

FORTALEZA - CEARÁ

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Universidade Estadual do Ceará

Sistema de Bibliotecas

Araújo, Riana Jéssica da Rocha.

O Nordeste turístico e a rota das emoções na integração de destinos do Ceará, Piauí e Maranhão [recurso eletrônico] / Riana Jéssica da Rocha Araújo. - 2017.

1 CD-ROM: il.; 4 ¼ pol.

CD-ROM contendo o arquivo no formato PDF do trabalho acadêmico com 172 folhas, acondicionado em caixa de DVD Slim (19 x 14 cm x 7 mm).

Dissertação (mestrado profissional) - Universidade Estadual do Ceará, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos, Fortaleza, 2017.

Área de concentração: Gestão de Negócios Turísticos.
Orientação: Prof.^a Dra. Luzia Neide Menezes Teixeira Coriolano.

1. Turismo. 2. Regionalização. 3. Rota das Emoções.
4. Políticas Públicas. I. Título.

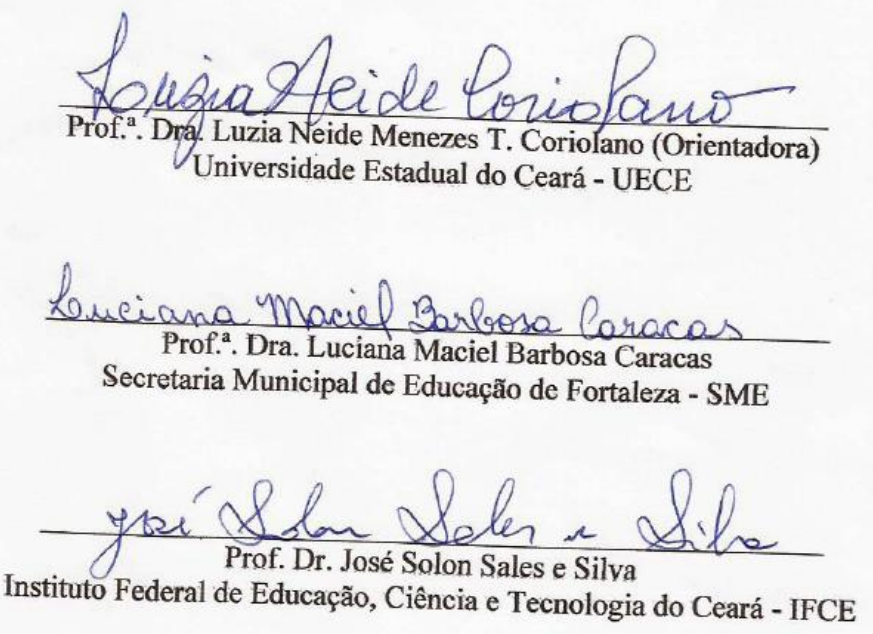
RIANA JÉSSICA DA ROCHA ARAÚJO

O NORDESTE TURÍSTICO E A ROTA DAS EMOÇÕES NA INTEGRAÇÃO DE
DESTINOS DO CEARÁ, PIAUÍ E MARANHÃO

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de Estudos Sociais Aplicados, da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de Concentração: Gestão dos Negócios e dos Territórios Turísticos.

Aprovada em: 05 de dezembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA



Luzia Neide Menezes T. Coriolano
Prof.^a. Dra. Luzia Neide Menezes T. Coriolano (Orientadora)
Universidade Estadual do Ceará - UECE

Luciana Maciel Barbosa Caracas
Prof.^a. Dra. Luciana Maciel Barbosa Caracas
Secretaria Municipal de Educação de Fortaleza - SME

José Solon Sales e Silva
Prof. Dr. José Solon Sales e Silva
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará - IFCE

Aos meus avós, Joaquim e Iracema, mestres na
sabedoria e na arte da vida.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelos dons e oportunidades a mim confiados. Por fazer infinitamente mais do que tudo o que se pede ou pensa. Por abençoar e proteger a mim e aos que amo. A Ele, toda honra e glória.

Aos meus avós, Joaquim e Iracema, exemplos de vida e fé, sabedoria e amor. Sábios mestres que me ensinam preciosos valores.

À minha família, pelo apoio e confiança. Pela compreensão em minha ausência, alegria e amor em gestos e palavras.

Ao meu noivo, Eustáquio Neto, melhor companheiro de jornadas, pela paciência infinita e presença constante, pelo zelo e cuidado, por não medir esforços para realizar meus sonhos, com amor incondicional.

À minha orientadora, Prof^ª Dr^ª Luzia Neide Coriolano, sem ela, eu não teria chegado até aqui. Por ser força e garra, determinação e perseverança, mais que orientadora, ombro amigo e palavra que motiva. Por nunca desistir e estar sempre disposta a ajudar. Por ter acreditado que era possível e tornar este sonho realidade.

Aos professores do Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos, por todos os conhecimentos adquiridos e experiências compartilhadas.

Aos professores membros da banca examinadora, pela atenção e disponibilidade em avaliar esta dissertação, com preciosas contribuições.

Aos colegas da Turma XI do Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos, pela boa convivência e partilha de aprendizados.

Aos colegas de Secretaria do Turismo do Ceará (Setur-CE), pela amizade e companheirismo, pela ajuda e incentivo, por todos os sorrisos.

Aos Setembrinos, amigos de colégio, por me acompanharem na jornada, vibrando com minhas conquistas.

Aos Diretores, amigos de IFCE, mais do que colegas de faculdade e profissão, companheiros de vida sempre presentes, torcendo por meu sucesso.

Aos Secretários de Turismo do Ceará, Piauí, Maranhão e assessores, pelas contribuições à pesquisa de campo.

A todos os que, direta ou indiretamente, ajudaram a concretizar este sonho!

“Ser nortista e nordestino, meus conterrâneos,
não é ser seco nem litorâneo. É ter em nossas
mãos um destino nunca clandestino para os
desfechos metropolitanos”.

(Trecho de Norte Nordeste me Veste,
Rapadura Xique-Chico).

RESUMO

Esta dissertação analisa o turismo no Nordeste brasileiro, e a Rota das Emoções, roteiro turístico integrado, formado pelos destinos dos estados do Ceará, Piauí e Maranhão, com três atrativos: Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses. A realidade dos estados nordestinos é investigada para compreender a formação do roteiro integrado, por meio de políticas públicas. Estuda-se a gestão pública, as políticas nacionais de turismo e os rebatimentos, no Nordeste, pelo Programa de Regionalização. A Rota das Emoções é analisada como forma de integração regional e desenvolvimento socioeconômico da Região Turística do Meio-Norte. A relevância do tema está na dimensão e pioneirismo do roteiro integrado de referência nacional. Para compreender a realidade, questiona-se: Como surge a Rota das Emoções e em quais circunstâncias? Qual a realidade das políticas públicas de turismo no roteiro integrado e como estão articuladas? Quais entraves e benefícios gerados? Quem são os gestores e como a Rota é gestada? Quem se beneficia e no que pode ser melhorada? Para responder aos questionamentos, elaboram-se os objetivos de conhecer a história da Rota das Emoções, de explicar a integração dos estados do Ceará, Piauí e Maranhão no roteiro integrado, de compreender as ações dos gestores e de identificar os impactos da Rota das Emoções. A opção é pelo método dialético, por entender o Nordeste Turístico, as políticas públicas e a Rota das Emoções como realidades contraditórias e complexas. Utiliza-se a abordagem quanti-qualitativa, pesquisa institucional, documental, *online* e de campo. Aplicam-se formulários aos secretários estaduais de turismo do Ceará, Piauí e Maranhão. Os achados da pesquisa apontam que as políticas públicas do turismo estadual não estão vinculadas à Rota das Emoções, são independentes, pontuais e desconexas. Falta integração das ações de fortalecimento e articulação entre Estado e políticas interestaduais. Os avanços e benefícios alcançados são considerados inexpressivos, diante do que propõe o Ministério do Turismo. O cenário da Regionalização e da Rota é indefinido, com pouca perspectiva de futuro promissor a curto prazo. A Rota das Emoções continua sendo obscura aos estados, e o Programa de Regionalização pouco tem contribuído para a articulação e potencialização dos resultados.

Palavras-chave: Turismo. Regionalização. Rota das Emoções. Políticas Públicas.

ABSTRACT

This dissertation analyzes tourism in Brazilian Northeast and the Route of Emotions, which is an integrated tourism route, formed by destinations of the states of Ceará, Piauí and Maranhão, with three attractions: Jericoacoara, Delta of Parnaíba and Lençóis Maranhenses. The reality of the Northeastern states is investigated to understand the formation of this integrated tourist route, by means of public policies. It is studied public management, national tourism policies and its repercussions in the Northeast, through the Regionalization Program. The Route of Emotions is analyzed as a way of regional integration and socioeconomic development of the Mid-North Tourist Region. The relevance of this subject is justified by the extension and pioneering spirit of the integrated tourism route, considered a national reference. In order to understand this reality is questioned: How does Route of Emotions is created and in what circumstances? What is the reality of public tourism policies and how are they articulated? What are obstacles and benefits generated? Who are the managers and how is the route managed? Who is benefited and how can the route be improved? In order to answer the questions, objectives are elaborated: to know the history of the Route of Emotions, to explain the integration of the states of Ceará, Piauí and Maranhão in the integrated tourism route, to understand the actions of managers and identify the impacts that the Route of Emotions promotes in the states. The dialectical method is chosen, because Northeast Tourism, public policies and Route of Emotions are understood as realities contradictory and complex. It is used quantitative-qualitative approach, institutional research, documentary research, online research and field research. Forms have been applied with the states secretaries of tourism of Ceará, Piauí e Maranhão. The research findings point out that the public policies of states tourism are not linked to the Route of the Emotions, they are independent, punctual and disconnected. There is a lack of integration of strengthening and articulation between states and interstate policies. The advances and benefits achieved are considered inexpressive in the face of what Ministry of Tourism proposes. The Regionalization and the Route of Emotions scenario is undefined, with little perspective of a promising future in short time. The Route of Emotions continues to be obscure to the states, and the Program of Regionalization has little contribution to promote the articulation and potentialization of results.

Key-words: Tourism. Regionalization. Route of Emotions. Public Policies.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Pólos de Turismo do PRODETUR NE.....	43
Figura 2 – Programas do Macroprograma Regionalização do Turismo	69
Figura 3 – 65 destinos indutores do turismo regional brasileiro. Destaque para os 6 destinos indutores da Rota das Emoções	73
Figura 4 – Área de Abrangência da Rota das Emoções	78
Figura 5 – Território de abrangência e distâncias da Rota das Emoções	79
Figura 6 – Área de abrangência do Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio-Norte.....	82
Figura 7 – Logotipo do Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte.....	85
Figura 8 – Lençóis Maranhenses, Delta do Parnaíba e a Pedra Furada, na praia de Jericoacoara	90
Figura 9 – Área do Parque Nacional de Jericoacoara	91
Figura 10 – Em Jericoacoara, rua coberta de areia, sem pavimentação e sem postes. Iluminação pública com fiação subterrânea	92
Figura 11 – The Washington Post, 1987: “Jeri is one of the 10 nicest beaches in the world”	94
Figura 12 – Porto de Camocim.....	96
Figura 13 – Praia Nova, em Barroquinha	96
Figura 14 – Pedra da Carnaúba, em Chaval	97
Figura 15 – Vista do mangue, em Chaval.....	98
Figura 16 – Área de Proteção Ambiental (APA) do Delta do Parnaíba.....	100
Figura 17 – Vista aérea do Delta do Parnaíba	101
Figura 18 – Prática de kitesurf na Praia do Coqueiro, em Luis Correia, no Piauí.....	103
Figura 19 – Porto das Barcas, Parnaíba – PI.....	104
Figura 20 – Vista aérea dos Lençóis Maranhenses.....	105
Figura 21 – Área de abrangência do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses	106
Figura 22 – Vista do Farol de Mandacaru	108
Figura 23 – Farol de Mandacaru	108
Figura 24 – Chegada de barco “voadeira”, em Atins.....	109
Figura 25 – Prática do kitesurf, em Atins	110
Figura 26 – Veículo 4x4 no caminho entre Povoado de Sangue e Santo Amaro	110

Figura 27 – Lagoa da Gaiivota, em Santo Amaro	111
Figura 28 – Roteiro turístico x Rota turística	112
Figura 29 – Mapa da Rota das Emoções	116
Figura 30 – Logomarca da AETRE	119
Figura 31 – Logomarca da Rota das Emoções.....	120
Figura 32 – Rota das Emoções na Revista Roteiros do Brasil, do Ministério do Turismo	122
Figura 33 – Website da Rota das Emoções	123
Figura 34 – Governadores do Ceará, Piauí e Maranhão anunciam reativação da ADRS.....	131
Figura 35 – Folder Seminário Pensamento Estratégico Rota das Emoções 2017-2018 .	134

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Diretrizes Gerais para a Atividade Turística do Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte	84
Quadro 2 – PDSRT Meio-Norte: ações prioritárias em infraestrutura	87
Quadro 3 – Regras de visitação do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses	107
Quadro 4 – Pacote de 3 dias, da Agência Litoral Tur, para a Rota das Emoções	113
Quadro 5 – Pacote de 23 dias, da Agência EcoDunas, para a Rota das Emoções	113
Quadro 6 – Oferta de Infraestrutura na Rota das Emoções	127
Quadro 7 – Priorização das Ações do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções	129

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Direcionamento das políticas públicas de turismo	139
Gráfico 2 – Gestor da Rota das Emoções	142
Gráfico 3 – Gestão pública estadual da Rota das Emoções	143
Gráfico 4 – Avanços da Rota das Emoções nos destinos.....	145
Gráfico 5 – Entraves ao sucesso da Rota das Emoções nos destinos	147
Gráfico 6 – Benefícios advindos com a Rota das Emoções para os Estados	148
Gráfico 7 – O que precisa melhorar na Rota das Emoções	149

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLA

ADRS	Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável
AEIT	Áreas Especiais de Interesse Turísticos
AETRI	Associação das Empresas de Turismo do Roteiro Integrado
ANTT	Agência Nacional de Transportes Terrestres
APA	Área de Proteção Ambiental
APL	Arranjo Produtivo Local
ASN	Agência Sebrae de Notícias
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNB	Banco do Nordeste
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Social
BTL	Bolsa de Turismo de Lisboa
CE	Ceará
CEPIMA	Ceará, Piauí e Maranhão
CNTUR	Conselho Nacional de Turismo
DLIS	Desenvolvimento Integrado e Sustentável
DNOCS	Departamento Nacional de Obras Contra as Secas
DTI	Destinos Turísticos Inteligentes
EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
EMCETUR	Empresa Cearense de Turismo
FHC	Fernando Henrique Cardoso
FUNBIO	Fundo Brasileiro para a Biodiversidade
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMBio	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
ITB	Bolsa Internacional de Turismo de Berlim
LGT	Lei Geral do Turismo
MA	Maranhão

MI	Ministério da Integração Nacional
MPT	Municípios com Potencial Turístico
MT	Municípios Turísticos
MTUR	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial do Turismo
OTAs	<i>Offering Travel Agencies</i>
PAC	Programa de Aceleração do Crescimento
PARNA	Parque Nacional
PDRST	Plano de Desenvolvimento Regional Sustentável
PDSRT	Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística
PI	Piauí
PIEMTUR	Empresa de Turismo do Piauí
PNDR	Política Nacional de Desenvolvimento Regional
PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PNT	Política Nacional de Turismo
PRODETUR	Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo
PRODETUR NE	Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo na Região Nordeste
PRT	Programa de Regionalização do Turismo
RINTUR	Relatório de Informações Turísticas
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SECULT	Secretaria de Cultura do Estado do Piauí
SISTUR	Sistema Nacional de Turismo
SUDENE	Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste
ZOPP	Planejamento de Projetos Orientados por Objetivos

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
2	A OPÇÃO PELO MÉTODO DIALÉTICO.....	24
2.1	OS CONCEITOS FUNDANTES	25
2.2	OS PROCEDIMENTOS DE PESQUISA.....	33
3	O NORDESTE TURÍSTICO E AS POLÍTICAS PÚBLICAS	35
3.1	PRODETUR: DO NORDESTE PARA O BRASIL.....	40
3.2	AS POLÍTICAS NACIONAIS DE TURISMO	45
3.3	O MINISTÉRIO DO TURISMO E OS PLANOS NACIONAIS	52
3.4	O PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO	65
4	ROTA DAS EMOÇÕES: ROTEIRO INTEGRADO DO NORDESTE.....	78
4.1	A REGIÃO TURÍSTICA DO MEIO-NORTE.....	80
4.2	OS DESTINOS TURÍSTICOS DA ROTA DAS EMOÇÕES.....	89
4.3	A ESTRUTURAÇÃO DA ROTA DAS EMOÇÕES: CONCEPÇÕES E EXECUÇÃO ...	115
4.4	OS DESAFIOS PARA A DINAMIZAÇÃO DO ROTEIRO.....	138
5	CONCLUSÃO	150
	REFERÊNCIAS	155
	APÊNDICE.....	171
	APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA	172

1 INTRODUÇÃO

A dissertação “O Nordeste Turístico e a Rota das Emoções, na integração de destinos do Ceará, Piauí e Maranhão”, tem como objeto de estudo o Nordeste brasileiro, analisado a partir da Rota das Emoções, enquanto roteiro turístico de integração regional e instrumento de desenvolvimento socioeconômico. A Rota das Emoções é o roteiro integrado, formado pelos estados Ceará, Piauí e Maranhão, no Nordeste do Brasil, com quatorze municípios e três atrativos principais: Jericoacoara (CE), Delta do Parnaíba (PI) e Lençóis Maranhenses (MA).

A criação da Rota das Emoções remonta ao contexto nacional de reestruturação econômica e política, em que o turismo ganha *status* de Ministério e desenvolve estratégias e programas específicos, como o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, com a missão de desenvolver a atividade turística em todo o território nacional. Na ocasião, os produtos turísticos brasileiros são centralizados e pouco diversificados. Assim, o Programa de Regionalização trabalha o conceito de região turística, estratégica para fins de planejamento e gestão de território, e a proposta de regionalizar turisticamente o Brasil.

O Ministério do Turismo (MTUR) propõe a técnica da roteirização turística para alcance da regionalização, com a criação de roteiros, de forma a organizar e integrar a oferta turística do País, para conectar lugares com potencial turístico, gerando produtos rentáveis e comercialmente viáveis. A roteirização tem a finalidade de conferir a realidade turística aos atrativos até então dispersos, fortalecendo a cadeia produtiva da rota.

Localizada na Região Turística do Meio-Norte, a Rota das Emoções roteiriza três atrativos especiais: praia de Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses, por estarem geograficamente próximos e por sugerirem complementação. Apresentam forte relação com o turismo de sol e praia, aventura e ecoturismo, também se relacionam à preservação ambiental, reunindo uma Área de Proteção Ambiental (APA) e dois Parques Nacionais (PARNA) brasileiros.

A Região Turística do Meio-Norte¹ corresponde à faixa de terra do nordeste maranhense, norte piauiense e noroeste cearense. Originalmente criada com extensão de aproximadamente 66 mil km², é formada por 77 municípios de regiões estaduais de

¹ A Região Turística do Meio Norte difere da Região Meio-Norte do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Aspectos físicos caracterizam a Região Meio-Norte, que compreende extensa área do Piauí e do Maranhão. É considerada uma área de transição entre o Nordeste, o Norte e o Centro-Oeste do país, onde predominam os cerrados, nas chapadas e interflúvios, e a floresta dos cocais, nas baixadas e nas várzeas. Tem como marca principal o babaçu. (ARAÚJO, 2014).

planejamento: Litoral Oeste e Ibiapaba, no Ceará; Planície Litorânea e Cocais, no Piauí; e Lençóis Maranhenses, Delta do Parnaíba e Alto Muni, no Maranhão. A área da região corresponde a 3,6% da área territorial do Nordeste, e a 9% da soma de áreas dos estados do Ceará, Piauí e Maranhão. Apresenta população de 1,87 milhão de habitantes e densidade demográfica de quase 30 habitantes/km², considerada relativamente elevada para padrões nacionais (BRASIL, 2012).

À época da criação oficial da Rota das Emoções, pelo Ministério do Turismo, no início dos anos 2000, a Região Turística do Meio-Norte encontrava-se no pior cenário de desenvolvimento previsto pela Política Nacional de Desenvolvimento Regional (PNDR), com um dos piores índices de desenvolvimento humano (IDH) do País, segundo dados do Ministério da Integração (BRASIL, 2012). Trata-se de região de baixa renda e economia estagnada, sobretudo no Maranhão e no Piauí. Retrata o Nordeste que historicamente acumula problemas socioeconômicos e ambientais, de seca, fome e pobreza, e a proposta atividade turística possibilita alavancar o desenvolvimento.

A atividade turística desponta como um dos principais vetores econômicos do Nordeste do Brasil, reconhecido pelo volume de investimentos direcionado à atividade, porém as mudanças são lentas. Até o final da década de 1970, a atividade turística na região Nordeste, concentra-se nas capitais, ainda sem grande expressão escalar. A partir da década de 1980, o turismo passa a ser prioridade no Brasil, e o Nordeste recebe programas governamentais específicos para o desenvolvimento da atividade, que ganha *status* e maior atenção de diferentes esferas do governo, passando o turismo a inserir-se nas políticas de desenvolvimento econômico (ARAÚJO; MOURA, 2007). O Nordeste é redirecionado para o turismo e modifica a imagem e a realidade da região.

Antes disso, o Nordeste semiárido, de seca, fome e pobreza, é apresentado em discursos de elites governamentais como região-problema. Cria-se imaginário social fundamentado no clima, apontado como causa do atraso da região caracterizada como agrícola, pobre, de concentração fundiária e renda. Com discursos políticos sempre voltados à atração de investimentos, as elites formulam e difundem argumentos sobre o território nordestino, transformando a seca na raiz dos problemas da região.

Sabe-se, no entanto, que as características naturais da região, apesar de aparentemente desfavoráveis, não são suficientes para justificar o quadro de pobreza nordestina. Fatores políticos, econômicos e culturais são causas da ocupação desordenada do território e dos desmandos, da concentração de renda e poder, que agrava as condições da região e intensifica a degradação dos solos (ANDRADE, 2005). De tal modo que, as

limitações técnicas e a baixa tecnologia disponível na região pobre do semiárido, além de discurso das elites para atrair investimentos do governo federal, mantêm o domínio da área e reforça o poder das oligarquias locais nos estados nordestinos (ARAÚJO, 2013).

A consolidação da imagem negativa capta recursos federais para efetivação das políticas públicas, no intuito de promover o planejamento e o desenvolvimento econômico da Região Nordeste, mas o que ocorre é o reforço da estrutura fundiária, a manutenção da lógica agrícola arcaica, política que predomina até os anos 1950. Dos anos 1960 a 1980, a SUDENE redireciona esforços para implementar a industrialização, no Nordeste, e conseguir acabar com deficiências econômicas da região. O quadro político brasileiro se modifica no final do século XX, quando, por ocasião da reforma constitucional de 1988, os estados ganham autonomia e passam a ser responsáveis pelas próprias políticas econômicas. A crise do Estado moderno, no Brasil, com o cenário político ditatorial, centralizador das ações, é substituído pela democracia, promotora de políticas descentralizadoras do poder e das decisões (DANTAS, 2006).

A partir de então, a imagem negativa do Nordeste hostil é paulatinamente substituída pelo novo imaginário positivo, veiculado pela mídia, destacando virtudes da região. Surgem grupos de interesses formados de empreendedores ligados à agricultura irrigada e ao turismo, no final dos anos 1980. Nesse novo contexto, reduzidas parcelas do território nordestino adotam políticas de desenvolvimento econômico, voltadas ao segmento do turismo litorâneo e à agricultura irrigada, complementadas pela aquicultura, produção de flores, artesanato, agronegócio com produção de soja. As novas atividades diferenciadoras e complementares ajudam a formar novo imaginário social da região Nordeste.

Imagens positivas do Nordeste brasileiro, aliadas à possibilidade de exploração turística de paisagens litorâneas, induzem à elaboração de políticas de desenvolvimento econômico e promovem a reestruturação do mercado imobiliário. A adoção de políticas de desenvolvimento, com estratégias de *marketing*, valoriza o litoral nordestino, convertendo-o em região turística. O turismo ganha relevância econômica e torna-se argumento a favor da região, tendo sido a atividade apontada como estratégica para recuperação da economia regional (DANTAS; FERREIRA; CLEMENTINO, 2010).

Em aproximadamente 20 anos, o Nordeste transforma-se em região turística, passa de imagem associada à seca e à miséria para imagem vinculada ao sol, ao mar, às segundas residências e ao turismo. A transformação é favorecida pela valorização contemporânea das zonas de praia, fazendo o Nordeste destinação turística, fenômeno que Cazes (1999) denomina de turistificação dos litorais. A transformação de caráter simbólico

potencializa reformas de caráter constitucional e econômico que, posteriormente, dão margem ao processo de turistificação do Nordeste. Desde então, o turismo tem despontado como um dos principais vetores econômicos do Nordeste, fato constatado pelo volume de investimentos aplicados na atividade.

Araújo e Moura (2007) observam que áreas detentoras de patrimônio natural e cultural tem se tornado alvo de investimentos turísticos de forma crescente. Os autores afirmam que tem sido tendência em países subdesenvolvidos tropicais. A iniciativa privada utiliza a infraestrutura fornecida pelos governos e passam a investir na promissora atividade econômica. Exemplo, no Brasil, é o aporte de infraestrutura na Região Nordeste, pelo Programa de Desenvolvimento do Turismo na Região Nordeste (PRODETUR NE).

Criado na década de 1990, o PRODETUR é política de turismo pioneira no Brasil e atinge todos os estados nordestinos. Com dimensão regional, o PRODETUR é estrategicamente planejado com inspiração em padrões de turismo internacional, sobretudo Cancún, no México, para promover o desenvolvimento econômico do Nordeste, dotar a região de infraestrutura, atrair investimentos privados, captar fluxo turístico nacional e internacional. Objetivos a serem alcançados com políticas públicas de caráter estadual, mediadas por organizações bancárias que consideram o turismo atividade econômica voltada ao desenvolvimento da região (BARBOSA, 2017).

O PRODETUR é concebido a partir de acordos entre governadores do Nordeste, com o BID e Governo Federal. Com o PRODETUR, o Nordeste dá rápidas respostas. Ocorre a revalorização da zona costeira, com base no patrimônio natural e cultural, que passa a ser atrativo turístico da região. Implanta infraestrutura, cria condições necessárias para inserção do Nordeste no mercado turístico nacional e passa a ser considerado divisor de águas, na história das políticas públicas do turismo. Desenvolve-se em fases espacialmente distribuídas pelo território. O litoral torna-se vitrine do turismo, além das capitais. Relacionando-se com contextos regionais e locais, as articulações políticas e teias de relações conseguem construir imagem positiva do Nordeste no cenário nacional e internacional (ARAÚJO, 2013). Tamanha a repercussão do PRODETUR que, tendo sido oportunidade de alavancar a economia da região Nordeste, o programa é ambicionado pelo Sul e Sudeste, sendo implantado em outros estados do País.

Araújo e Dantas (2015) tem que, em nível federal, as políticas direcionadas ao turismo dão maior ênfase à dimensão econômica, e, com a criação do PRODETUR NE I e II, o PRODETUR Nacional e o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), as estratégias voltam-se à geração de emprego e ao equilíbrio da balança comercial do País, tendo, na

opinião de alguns, ajudado a diminuir as desigualdades regionais. Dessa forma, são as políticas instrumentos relevantes do crescimento turístico, com oferta de melhores produtos e melhoria da infraestrutura dos estados.

No entanto, de acordo com o documento “Introdução à Regionalização do Turismo” (2007), a criação de programas, para fomento da atividade turística, não a desconcentra territorialmente, e traz a missão de expandir a descentralização por meio da interiorização da atividade turística. O governo planeja o turismo de maneira integrada, e o Ministério do Turismo lança o Plano Nacional de Turismo (2003-2007 e 2007-2010), desdobrado em Programa de Regionalização do Turismo. Criar regiões turísticas e roteiros para integrá-las é a principal atividade do plano de ação.

A regionalização, como política pública de turismo, propõe olhar além do município, para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização integrada e compartilhada (BRASIL, 2007b). O turismo é atividade econômica capaz de gerar postos de trabalho e riqueza, promover melhor distribuição de renda e inclusão social, e o Programa de Regionalização, reestrutura o território em regiões turísticas, com organização de novos roteiros como produtos turísticos rentáveis e competitivos, nos mercados nacional e internacional.

Para executar a regionalização do turismo, o Ministério do Turismo mapeia o território brasileiro, apresenta o primeiro mapa da regionalização, em 2004, e identifica 219 regiões turísticas capazes de alinhar a política nacional de turismo, nos três níveis de governo, estimular o incremento da competitividade nos destinos e promover a cooperação e integração entre os municípios. A dinâmica dos municípios, na regionalização, faz o surgimento de novo mapa, relançado em 2009, com a participação de 272 regiões. A última atualização do mapa aconteceu em 2017, quando o País sai dos 2.175 municípios turísticos e 291 regiões turísticas, mapeadas em 2016, e registra 3.285 municípios turísticos, em 328 regiões turísticas (BRASIL, 2017). O mapa da regionalização agrupa municípios por regiões e reúne os mais próximos, com características similares, ou complementares. Com isso, otimiza a utilização de recursos, melhora a infraestrutura e políticas públicas para o turismo nas regiões. Uma delas é a Região Turística do Meio-Norte, onde está a Rota das Emoções, estudo da dissertação.

No contexto de regionalização do turismo, cria-se em 2009, o Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte brasileiro que integra municípios dos estados do Ceará, Piauí e Maranhão. O plano é estratégia do Governo Federal e do Ministério da Integração Nacional para implantar programas regionais de desenvolvimento, pelas regiões com baixo patamar de renda *per capita* e fragilidades econômicas, porém com potencial turístico privilegiado (BRASIL, 2012).

A finalidade do plano é transformar a região pelo processo de planejamento integrado e sustentável e construção de estratégias de intervenção pelas políticas públicas. O Plano do Meio-Norte busca integrar noventa municípios, valorizar o patrimônio natural e sociocultural, viabilizar a atividade turística na região e elevar a qualidade de vida de residentes, com baixo, senão pior, índice de desenvolvimento humano (IDH) do País. Para demonstrar a situação, o plano apresenta o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), nos anos 1991 e 2000, dos municípios. No ano 2000, nenhum município apresenta IDHM superior a 0,70 e somente os de Parnaíba (0,674) e Ubajara (0,657) apresentam índice acima de 0,65. Seis municípios tem o IDHM abaixo de 0,50 (BRASIL, 2012).

O Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte utiliza-se do discurso de integração regionalista e destaca a potencialidade turística dos municípios que fazem parte da Rota das Emoções - Jijoca de Jericoacoara, no Ceará; Parnaíba, no Piauí e Barreirinhas, no Maranhão -, valorizando o turismo de sol e praia, com indicação de prioritárias as ações de infraestrutura nas regiões litorâneas.

A Rota das Emoções é roteiro conhecido no meio turístico, desde os anos de 1990, quando surge como eixo temático específico do PDSRT do Meio-Norte. A importância do roteiro para o turismo regionalizado é destacada pela magnitude de três atrativos principais: Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, que combina dunas de areia com lagoas de água transparente e deslumbrante; Delta do Parnaíba, terceiro maior delta oceânico do mundo; e Parque Nacional de Jericoacoara, com dunas, mangues e lagoas (BRASIL, 2012).

Ressalta-se que a Rota das Emoções nem sempre foi assim denominada. Antes, era “Roteiro Turístico Integrado Ceará, Piauí, Maranhão” ou “Projeto CEPIMA”. Sigla que remete ao nome dos três estados detentores do Consórcio CEPIMA, como ficou conhecido o Consórcio Público para a Região do Meio-Norte. Criado em 2007, pelo governo dos três estados, o consórcio viabiliza economicamente a Rota, com aliança jurídica específica, para realizar obras, serviços e atividades de interesse comum aos estados, propícios ao turismo na Região Meio-Norte. Com o consórcio, os estados passam a planejar e agir em parceria, melhorar capacidades técnica, gerencial e financeira. O CEPIMA foi o primeiro consórcio interestadual brasileiro e primeiro na área de turismo.

Em 2008, definiram-se princípios e regras de funcionamento, bem como o funcionamento da entidade executiva: Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS), instituída órgão responsável para viabilizar o consórcio, operacionalizar ações, acelerar a implantação de projetos turísticos e captar recursos das três esferas do poder público e da iniciativa privada. Juntos, os governos estaduais do Ceará, Piauí e Maranhão

pretendem executar projetos de utilidade geral que uma gestão isolada não conseguiria realizar. Assim, o processo de consorciação se fez importante pelas inúmeras possibilidades de atuação, pela abrangência e oportunidades possíveis de execução.

O consórcio dá projeção ao roteiro integrado e torna-o referência nacional. O roteiro ganha destaque quando escolhido pelo Ministério do Turismo, para fazer parte da Primeira Edição do Projeto de Rede de Cooperação Técnica para Roteirização. Em 2009, conquista o Troféu Roteiros do Brasil, como melhor roteiro turístico nacional, no Salão do Turismo. Na região, desenvolvem-se projetos inovadores e ações em diversas áreas, iniciativas de responsabilidade ambiental e tecnologia da informação. O roteiro integrado é pioneiro na criação de canal digital de distribuição do produto e do trabalho sistematizado de comercialização. Estratégias de marketing e desenvolvimento de marca nomeiam o Roteiro Integrado CEPIMA Rota das Emoções, para significar o roteiro integrado que promete ao turista vivência de emoções e ampla experiência regional, ao reunir no roteiro turismo de sol e praia, ecoturismo e turismo de aventura.

Em 2012, no entanto, a Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS) é desativada, retomando as atividades apenas em 2016, quando a Rota das Emoções novamente ganha impulso, no cenário de políticas públicas do turismo regional. Na ocasião, governadores do Ceará, Piauí e Maranhão anunciam a reativação da ADRS e assinam contrato de rateio para retomar ações de promoção e desenvolvimento do roteiro que passa a ter órgão de fomento, com recurso inicial de R\$1,5 milhão, para ações em diferentes setores, como infraestrutura, capacitação e meio ambiente. A articulação demonstra capacidade dos três estados para superação de diferenças ao promover a região em conjunto, com trabalho integrado, entre governo federal e estadual (BRASIL, 2016). Admite-se que a construção da Rota das Emoções decorre de esforços, de várias mãos, com desafio de congregar atrativos e territórios, com diferenças sociais e espaciais, além de políticas governamentais próprias.

Dessa forma, a relevância do tema para este trabalho está na dimensão da Rota das Emoções, como atividade turística integrada e produtiva, que contribui para o desenvolvimento econômico da Região Turística do Meio-Norte. A Rota recebe de forma crescente, ao longo do tempo, planejamento e incentivo de políticas públicas e contribui para o desenvolvimento de três estados do Nordeste, que tem, no turismo, a alavancagem para o desenvolvimento. Por isso estuda-se o papel da gestão pública e as políticas de turismo especificamente no território da Rota das Emoções: um dos primeiros roteiros integrados do qual o Ministério do Turismo se utiliza para implantar a Política de Regionalização do Turismo, considerado referência nacional.

Dessa maneira, a fim de conhecer o avanço das políticas públicas para o turismo nesse território e a real contribuição da Rota das Emoções, enquanto instrumento de integração regional e desenvolvimento socioeconômico, é o que pretende realizar este estudo.

A realidade dos estados nordestinos é investigada, na busca de compreensão do turismo do Nordeste, da formação de roteiros integrados, por meio de políticas públicas implementadas com atrativos de elevado potencial e valor turístico do Ceará, do Piauí e do Maranhão, para formar a Rota das Emoções. Para entendimento da realidade fazem-se os seguintes questionamentos:

- Como surge a Rota das Emoções e em que circunstâncias?
- Qual a realidade das políticas públicas de turismo nos estados que integram a Rota das Emoções?
- Quem são os gestores da Rota das Emoções e como é gestada?
- Como se articulam as políticas públicas do turismo regional na Rota das Emoções?
- Quais impactos a Rota das Emoções promove no Ceará, Piauí e Maranhão e a quem beneficia?
- Quais os entraves da Rota das Emoções e em que pode ser melhorada?

Em resposta, aponta-se o objetivo geral: Analisar o Nordeste Turístico e a Rota das Emoções como política integrada de turismo no Nordeste. Os estudos levam a conhecer os seguintes objetivos específicos:

- Conhecer a história da Rota das Emoções;
- Explicar a integração dos estados do Ceará, Piauí e Maranhão na Rota das Emoções;
- Verificar o nível de desenvolvimento do turismo nos estados da Rota das Emoções;
- Compreender as ações dos gestores da Rota das Emoções;
- Identificar impactos da Rota das Emoções no Ceará, Piauí e Maranhão;
- Reconhecer gargalos que a Rota das Emoções precisa superar.

Quanto à metodologia da pesquisa, a opção é pelo método dialético, a fim de atingir os objetivos propostos, por considerá-lo necessário ao entendimento das questões relacionadas ao Nordeste turístico e à Rota das Emoções.

2 A OPÇÃO PELO MÉTODO DIALÉTICO

Método é a forma ordenada de proceder cientificamente ao longo do caminho (DENCKER, 2000). É a sucessão de passos pelos quais se descobrem relações entre fenômenos que interessam a determinado campo científico, para pesquisa de aspectos não revelados de determinado fenômeno (NOGUEIRA, 1977). O método é o processo desenvolvido em fases para chegar à investigação, na busca de conhecimento: orienta a condição para se chegar ao fim determinado.

Nesta dissertação, utiliza-se o método dialético que, no entendimento moderno, significa o modo de pensar contradições da realidade, de compreender a realidade, essencialmente contraditória, e em permanente transformação (KONDER, 2008). Em dialética, todo movimento, transformação ou desenvolvimento ocorrem por meio de contradições ou mediante negação de elemento ou fenômeno. Negação se refere à transformação das coisas.

Para Marconi e Lakatos (2003), a dialética compreende o mundo como conjunto de processos complexos, em que elementos e fenômenos, aparentemente estáveis, passam por contínuas mudanças e, mesmo com insucessos aparentes ou retrocessos momentâneos, acabam por vivenciar desenvolvimento progressivo. A dialética não analisa o mundo como complexo de coisas acabadas, mas em constante movimento e transformação, pois o fim do processo representa início de outro. Da mesma forma, não considera fenômenos e elementos de forma isolada, destacados dos demais. A dialética considera o conjunto, o todo, unido e coerente, e entende que os elementos da natureza e os da sociedade estão organicamente ligados entre si, dependentes uns dos outros e reciprocamente condicionados.

A dialética parte do pressuposto de que tudo se relaciona porque, ao isolar o fenômeno das condições que o cercam, incorre-se em risco de convertê-lo em contrassenso. Em compensação, é possível explicar e entender determinado fenômeno a partir dos demais fenômenos que o rodeiam, em face do ponto de vista de ligação entre eles. Isso leva à necessidade de avaliar situação ou acontecimento pelas condições que os determinam e explicam (MARCONI; LAKATOS, 2003). Em resumo, a proposta do método dialético é

[...] penetrar no mundo dos fenômenos por meio de sua ação recíproca, na contradição inerente ao fenômeno e da mudança dialética que ocorre na natureza e na sociedade. Entende a realidade social como totalidade, que se constitui na categoria fundamental para aproximação do real (DINIZ, 2008, p.13).

A opção pelo método dialético, para esta dissertação, é por entender que o Nordeste Turístico e as políticas públicas desenvolvidas para a Rota das Emoções são

contraditórios e complexos, envolvem diversos atores, atrativos e territórios, compreendidos e explicados conforme ponto de vista das relações entre si.

A Região Turística do Meio-Norte, entendida como espaço e palco da Rota das Emoções, é condição, meio e produto da realização da sociedade em toda sua multiplicidade (CARLOS, 2001), por compreender que a reprodução do espaço contempla dialeticamente inovações e permanências (CARLOS, 2007) e a relação entre sociedade e espaço é também dialética (CRUZ, 2006). De acordo com Sobrinho (2012), a diversidade regional de usos e possibilidades do turismo é indicada pela dialética, na construção e reconstrução do espaço pelos sistemas de objetos e ações. Assim, “ao se aprofundar na lógica dialética, incorporando o espaço, interna e ativamente, é possível ampliar o estudo crítico da sociedade contemporânea” (DAMIANI, 2012, p.17).

A análise da Rota das Emoções se insere na dinâmica temporal e espacial de macropolíticas econômicas do País e na realidade socioeconômica da Região Nordeste do Brasil, mais especificamente da Região Turística do Meio-Norte, espaço onde predominam jogos de interesse políticos, empresariais, sociais de diversos grupos. Por meio do método dialético, analisa-se como o roteiro é constituído, como evolui ao longo dos anos e quais sujeitos participam do processo de regionalização, para se compreender como se articulam os atores e políticas públicas do turismo na Região do Meio-Norte. A opção pelo método dialético é vantajosa, por abordar questões relativas ao Programa de Regionalização, pois,

a interpretação dialética da regionalização turística fornece uma abertura para observarmos a dinâmica da espacialização local dessa atividade turística e do desenvolvimento geograficamente desigual; confere maior profundidade e significado à noção de divisão social e territorial do trabalho com o turismo, e é esclarecedora das ligações dos interesses hegemônicos e verticais que transformam as relações recíprocas horizontais (COSTA, 2012, p. 165).

A abordagem é quanti-qualitativa, para obtenção de maior profundidade de conhecimento e apreensão de conteúdo. Quanto a procedimentos técnicos, utiliza-se da Rota das Emoções para entendimento do turismo como totalidade.

2.1 OS CONCEITOS FUNDANTES

Na escritura desta dissertação, trabalham-se os seguintes conceitos fundantes: turismo, políticas públicas, Estado, território, região, cadeia produtiva e destino turístico. Para tanto, citam-se os autores como Hall (2001), Cruz (2001), Beni (2003), Haesbaert (2004) e Coriolano (2006, 2007, 2009), dentre outros. O conceito turismo é estudado sob diversas

perspectivas e disciplinas, dada a complexidade das relações entre seus elementos. Devido à relativa juventude e caráter transversal e multidisciplinar do turismo, a definição de turismo é dinâmica e varia de acordo com o comportamento sociocultural e econômico da humanidade (BELTRÃO, 2001). Para Oscar de La Torre (1992), turismo é

Um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (DE LA TORRE, 1992, p.19).

Turismo é forma de lazer que reclama viagem, deslocamento. Transformado em mercadoria, é invenção cultural da sociedade de consumo, direcionada aos que buscam o inédito, o desconhecido, o contato com a natureza e as manifestações culturais. É produto simultâneo do trabalho e do ócio, resultado do modo de vida contemporâneo (CORIOLANO; ALMEIDA, 2007). Como atividade econômica, é atividade que produz espaço e territórios e deles se apropria, em dinâmico processo de relação sociedade e natureza (CORIOLANO; VASCONCELOS, 2007). De tal maneira, Coriolano (2006) entende turismo como fenômeno socioespacial e prática de conotação política, econômica, social e cultural que promove intensas mudanças socioespaciais: atividade indutora do desenvolvimento socioeconômico de cidades, produzida em relações de trabalho e relações sociais de produção.

Beni (2003) acrescenta que o turismo é destacado mercado captador de investimento, o que o coloca entre os setores motriz do desenvolvimento regional. Razão pela qual Hall (2001) considera que a atividade turística pode ocupar papel de destaque no desenvolvimento do país, região ou município, pela capacidade de gerar emprego, de contribuir com a diversificação da atividade econômica regional e de efeitos multiplicadores, causados pelos gastos dos turistas. Por isso o turismo constitui objeto de investigação das ciências sociais, em especial das que enfocam o espaço e as políticas. Isso ajuda a explicar a Rota das Emoções, enquanto parte da política pública de turismo que se apropria do espaço de forma particular e se utiliza do turismo como instrumento de desenvolvimento socioeconômico regional.

Ressalta-se que o turismo é promovido pelas políticas, em especial públicas. Para Silva (2014, p.19), políticas públicas são “intervenções realizadas pelo poder público, instituições civis e privadas, com o objetivo de atender às necessidades materiais e simbólicas da sociedade”. Para Bucci (1997), política pública é instrumento de ação, fenômeno também explicado pela maior importância de fixar metas temporais para ação dos governos. A função

de governar é, portanto, fundamento imediato das políticas públicas. Bucci (2001) acrescenta que as políticas públicas são

instrumentos de aglutinação de interesses em torno de objetivos comuns, que passam a estruturar uma coletividade de interesses. Segundo uma definição estipulativa: toda política pública é instrumento de planejamento, racionalização e participação popular. Os elementos das políticas públicas são o fim da ação governamental, as metas nas quais se desdobra esse fim, os meios alocados para a realização das metas e, finalmente, os processos de sua realização (BUCCI, 2001, p.13).

Política pública é consequência do ambiente político, de valores e ideologias, da distribuição do poder, das estruturas institucionais e dos processos de tomada de decisão. Por isso a elaboração de políticas públicas é, antes de tudo, atividade política, influenciada pelas características econômicas, sociais e culturais da sociedade, pelas estruturas de governos e demais aspectos do sistema político (SIMEON, 1976; HALL; JENKINS, 1995; ELLIOT, 1997 *apud* HALL, 2001).

No que se refere às políticas públicas e ao processo de ordenamento do território, o turismo é tido como atividade produtiva e importante instrumento coadjuvante de desenvolvimento socioeconômico, havendo, por isso, merecido planejamento e programas específicos (BENI, 2003). Política pública de turismo entendida por Cruz (2001): conjunto de intenções, diretrizes e estratégias estabelecidas ou ações deliberadas, no âmbito do poder público, com o objetivo de alcançar ou dar continuidade ao pleno desenvolvimento da atividade turística em dado território. Taveira (2017) considera as políticas públicas de turismo indispensáveis ao desenvolvimento do destino de forma integrada, com foco na sustentabilidade econômica, sociocultural, política e ambiental.

Silva (2014) acrescenta que as políticas de turismo afetam, de modo incisivo, as atividades de destinos turísticos e geram efeitos que influenciam diretamente no cotidiano do lugar. Por essa razão, passam a ser encaradas não apenas como prioridade da atividade econômica, mas também como ação de cidadania, por meio de que o Estado atende às demandas sociais.

Por Estado entende-se “a formação secular diretamente relacionada à coletividade” (TONINI, 2007, p.60). Bonavides (2000, p.74) afirma que, de forma predominante, os pensadores consideram o Estado sob acepção filosófica, considerado instituição máxima, inscrito “na rotação de seu princípio dialético da ideia como a síntese do espírito objetivo, o valor social mais alto que concilia a contradição Família e Sociedade”. Em menor número, há pensadores que destacam o âmbito jurídico ou a formulação sociológica do conceito de Estado. Na acepção jurídica, o Estado é entendido como “a reunião de uma multidão de homens vivendo sob as leis do Direito”. Ao distingui-lo da sociedade, o Estado é laço jurídico ou político, como a sociedade é pluralidade de

laços. A acepção jurídica de Estado destaca, sobretudo, o aspecto institucional do poder, subjugado ao Direito e com certa despersonalização, pois o Estado só existe concebido como poder independente da pessoa do governante.

Na acepção sociológica, o Estado define-se, de modo geral, como “toda sociedade humana na qual há diferenciação entre governantes e governados”. Em sentido restrito, o Estado é o grupo humano, fixado em determinado território, onde a vontade dos mais fortes é imposta aos mais fracos. É de cunho sociológico o conceito marxista de Estado, entendido como fenômeno histórico passageiro, originado da luta de classes na Sociedade, desde que a propriedade coletiva passe à apropriação individual dos meios de produção. De tal maneira, a sociedade, organizada em classes, não dispensa o Estado, para fins de manutenção do poder. (BONAVIDES, 2000, p. 74-77).

Para esta dissertação, considera-se o Estado instituição com função de administrar, estimular e fomentar o desenvolvimento da atividade turística. A atuação estatal ganha evidência ao coordenar a implantação de políticas de turismo, envolvendo um conjunto diversificado de atores que nem sempre apresentam identidade de interesses. A coordenação se faz necessária dentro e entre diferentes esferas do governo, para evitar duplicidade de recursos entre entidades turísticas governamentais e setor privado; para desenvolver estratégias eficientes no setor. Devido à quantidade de organizações interessadas em assuntos relativos ao turismo, um dos principais desafios para o Estado é ser capaz de reunir organizações e órgãos para, juntos, trabalhar por objetivos políticos comuns (HALL, 2001). Cabe ao Estado traduzir interesses específicos em interesse geral e coletivo, beneficiando toda a comunidade (DIAS, 2008), pois a ação da gestão pública deve prezar pelo bem-estar social, e as políticas públicas de turismo devem estar integradas às áreas de atuação (NASCIMENTO, 2012).

O Estado é o principal incentivador da atividade turística e parceiro da iniciativa privada, ao conceder benefícios, isenção fiscal e infraestrutura para instalação de empreendimentos, capazes de atrair maior fluxo turístico, gerar postos de trabalho e renda. Com isso, o turismo é alvo não somente de críticas, mas também de investimentos, estudos e pesquisas que implicam novas posturas. Nesse contexto, discute-se o papel do Estado no desenvolvimento do turismo.

Pelo prisma da análise política, frente à relação turismo, planejamento e desenvolvimento, Endres (2008) considera indispensável o papel do Estado, pois cabe a ele a tarefa de pensar estratégias locais e sustentáveis de desenvolvimento, para atingir objetivos de aumento de produtividade e competitividade, melhoria da distribuição de renda, conservação

dos recursos naturais e do patrimônio histórico-cultural. Trentin (2012) afirma que o envolvimento do Estado no planejamento do turismo pode garantir que o desenvolvimento do turismo seja integrado às necessidades mais amplas do território, incluindo dimensões econômica, social, ambiental e política.

Estado e território são conceitos que se relacionam geograficamente de forma intrínseca: o Estado, por ser um dos agentes produtores do território, e o território, espaço onde o poder estatal é exercido. Diz Souza (1995) que o território é fundamentalmente o espaço definido e delimitado por e pelas relações de poder. Haesbaert (2004) concorda e acrescenta que, em qualquer acepção, território relaciona-se com poder, não apenas com o poder político. Diz respeito ao poder no sentido concreto, de dominação, e no sentido simbólico de apropriação.

A relevância do território para a atividade turística é apresentada por Dias (2008), que considera o turismo uma atividade em que os aspectos territoriais assumem tal importância que não podem ser excluídos de nenhuma análise como fator social relevante. Diz-se isso porque o turismo é consumidor de espaço, e, desde sua definição, é permanente a referência ao território. Entre o turista, que se desloca do espaço onde reside, durante algum tempo, existe o espaço onde ocorre o deslocamento de um para o outro. São três os espaços fundamentais do fenômeno turístico que dependem do agente fundamental, o turista: espaço de origem, espaço do deslocamento do fluxo de visitantes e espaço de destino. No entendimento de Cruz (2002), o consumo do território pelo turismo compreende o consumo do conjunto indissociável de bens e serviços que compõem o "fazer turístico", ou seja, ato de praticar turismo e tudo o que envolve esta prática, em objetos e ações.

Haesbaert e Limonad (2007, p.4) ressaltam que não se deve confundir o território com "a simples materialidade do espaço socialmente construído, nem mesmo deve ser confundido com um conjunto de forças mediadas por esta materialidade". Reforçam que o território deve ser entendido, sempre e concomitantemente, como apropriação, no sentido simbólico, e como domínio, no sentido concreto, político-econômico, de um espaço socialmente partilhado e não simplesmente construído.

A complexidade do conceito de território evidencia-se pela análise da atividade turística, que promove alterações profundas em lugares onde se desenvolve. Knafou (1999) resalta as territorialidades distintas que se confrontam em lugares turísticos: territorialidade sedentária dos residentes e territorialidade nômade dos turistas, de passagem, que, mesmo fugidamente, também tem necessidade de se apropriar de territórios que frequentam. Coriolano (2006) destaca as territorialidades antagônicas do trabalho *versus* turismo, dos que

brincam *versus* dos que trabalham, pois, ao tempo em que o território turístico representa território de lazer e descanso, representa território de labor e cansaço. Entende-se, portanto, conforme Bozzano (2000), que o território turístico é uma construção social, produzido pelas relações sociais, sobretudo entre sociedade e natureza, percebido o território turístico como espaço de poder, gestão e domínio de gestores, turistas e comunidade residente.

Turismo é um fenômeno dinâmico e complexo, com forte incidência na produção, transformação e organização do território (SILVEIRA, 2002). Na análise do turismo incorpora-se o conceito de região, importante para estudo pautado em recortes espaciais, como esta dissertação. Para Coriolano e Silva (2005), a região é o espaço geográfico segmentado, que compõe espaço geográfico maior, para ser trabalhado de forma integrada. Sarti e Queiroz (2012) definem região como subespaço composto pelo conjunto de municípios, com determinadas características. Para Santos (1996), a região está relacionada às ações da sociedade, que cria forma-objeto no espaço, materializando-a. Corrêa (1997) considera a região categoria complexa, que se analisa conforme três abordagens distintas: região como organização espacial do processo social associado ao modo de produção capitalista; região definida como conjunto específico de relações culturais de lugares particulares que representam a apropriação simbólica de porção do espaço por determinado grupo; e região como um meio para interações sociais.

Coriolano (2009) tem região como a parte organizacional do território nacional, segundo a abordagem física, ou “fruto das relações econômicas e sociopolíticas que se articulam e o produzem, com intencionalidade e, portanto, não se explicam por si mesmas, sobretudo no contexto de mundo globalizado” (CORIOLANO, 2009, p. 83).

Nesta dissertação, utiliza-se o conceito do Ministério do Turismo, que considera região turística “o espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de ser articuladas e definir um território” (BRASIL, 2007b). A região turística ultrapassa os limites geopolíticos preestabelecidos, constituída pelos municípios de um ou mais estados ou de um ou mais países. Regionalizar, no entanto, não é simples ato de agrupar municípios com relativa proximidade e similaridade, mas o ato de construir ambiente democrático, harmônico e participativo entre poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade, com integração e cooperação intersetorial, com vista à sinergia na atuação conjunta entre os envolvidos, direta e indiretamente, na atividade turística de determinada localidade (BRASIL, 2007c).

A Região Turística do Meio-Norte, objeto de estudo desta dissertação, ultrapassa os limites geopolíticos do Ceará, Piauí e Maranhão, ao reunir 90 municípios da faixa de terra

do nordeste maranhense, norte piauiense e noroeste cearense. A Rota das Emoções está composta por 14 desses municípios, com destinos intrinsecamente relacionados ao turismo de sol e praia, turismo de aventura e ecoturismo, que, em boa parte, está sob algum tipo de regime especial de proteção ambiental. É o caso do Parque Nacional de Jericoacoara, a Área de Proteção Ambiental do Delta do Paranaíba e o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

Na opinião de Santos (1996), o conceito de região tornou-se extremamente complexo, pois, na atualidade, o subespaço está sujeito ao processo de globalização e fragmentação, ou seja, de individualização e regionalização. De tal maneira, o processo de regionalização é orientado para além das características físicas da região e atende a finalidades políticas, com base em interesses econômicos operacionais. O espaço assim organizado em porções menores, além de proporcionar relações sociopolíticas diretas e viáveis, também contribui para a solidariedade espacial. Substituiu-se, assim, a concepção física tradicional do espaço pela concepção do espaço parte integrante do contexto social de cooperação ativa do território. O entendimento é compartilhado por Araújo (2012, p.12), ao afirmar que as regiões turísticas brasileiras são

Territórios, sem necessariamente haver contiguidade territorial, que expressam a intenção de um Brasil turístico e que, conseqüentemente, entrarão no circuito da mercadoria, ou seja, são territórios selecionados para passar por transformações e intensa produção do espaço, a fim de transformarem-se em destinos receptores, por meio da construção/readequação de todo um sistema de fluxos e equipamentos afeitos ao fazer turísticos – meios de hospedagem, agências de viagem, equipamentos de lazer, etc., que objetivam, por sua vez, atrair seus emissores (ARAÚJO, 2012, p.12).

O “sistema de fluxos e equipamentos afeitos ao fazer turístico”, a que se refere a autora, diz respeito à cadeia produtiva do turismo, definida por Souza (1998) como “conjunto de empresas e elementos, materiais e imateriais, que realizam atividades ligadas ao turismo, com procedimentos, ideias, doutrinas e princípios, ordenados e coesos, para conquistar mercados estratégicos”. A cadeia produtiva do turismo compõe-se de ampla especificidade de empresas, como meios de hospedagem, agências de viagem, transportadoras e equipamentos de lazer, mas o conceito vai além das atividades-chave relacionadas ao fazer turístico, com inclusão de produtos e serviços que suprem as atividades principais. O conjunto de organizações de atividade turística, complementam-se para produção turística final.

De acordo com Buarque (2008), especialistas calculam que turismo, enquanto atividade econômica, interage com 52 atividades produtivas da economia, constituindo malha ampla e complexa de encadeamento. Para Buarque (2008, p.13), “a cadeia produtiva do turismo explicita a relação entre a cadeia principal e as cadeias a montante e jusante,

detalhadas nos elos produtivos que expressam o fluxo de produtos e serviços”. A cadeia principal é formada pelas atividades hoteleiras, bares e restaurantes, articuladas e alimentadas pela infraestrutura turística, pelas agências receptivas e operadoras de viagens, e pelos organizadores de eventos. A comercialização do produto turístico é resultado de atividades de promoção, *marketing* turístico, divulgação e vendas de atrativos e produtos. Na cadeia a montante, constam as atividades de patrimônio natural, histórico e cultural, transporte, construção civil, equipamentos de hotelaria, indústria moveleira e de confecções, produção e fornecimento de alimentos e bebidas, e indústria de toucador. A cadeia a jusante utiliza produtos turísticos e, principalmente, presta serviços a turistas, agregando valor à economia e contemplando o comércio em geral, cultura e artesanato, serviço terceirizado, empresas de entretenimento, publicidade (BUARQUE, 2008).

Riviane (2012) conclui que a cadeia produtiva do turismo é sua própria atividade, tomada em conjunto, constituída de elos interligados, que formam o negócio turístico. As empresas da cadeia produtiva do turismo se utilizam de sistemas produtivos distintos, mas representam parte do todo, cuja integração passa a ser vista não apenas pela dependência entre as partes, mas pela visão sistêmica do todo que é maior do que as partes. Por essa razão, a cadeia produtiva do turismo é vasta e pode variar, utilizando-se de produtos competitivos, com a principal finalidade de aumentar o fluxo de pessoas que se deslocam para determinada área receptora, os destinos turísticos, onde consomem produtos e serviços turísticos.

Destino turístico é entendido por Cooper, Fletcher, Gilbert e Wanhill (1993) como concentração de instalações e serviços planejados para satisfação de necessidades dos turistas. Trata-se do local onde o turismo acontece, é desenvolvido, planejado e gerido. Os autores afirmam que os lugares buscam se tornar destino turístico para colher benefícios econômicos, advindos com os visitantes, e buscam promover um destino para fins de investimento e, algumas vezes, migração. Cooper, Hall e Trigo (2011) entendem o produto-destino como soma de experiências do turista, por isso, consideram-no de difícil controle e gerência. Para Buhalis (2000), a noção de destino turístico está no cerne do turismo, entendido como combinação de produtos oferecidos - sob denominação qualquer, em determinado local específico, onde simultaneamente se produzem e se consomem, não podendo ser armazenados nem transportados, e proporcionam ao turista experiência integrada.

Bull (1994) entende que o destino turístico poder ser um país, região ou cidade, para onde se dirigem os turistas. No entanto, Cooper, Hall e Trigo (2011) consideram que as diferentes dimensões do lugar são elementos críticos, na compreensão de destino contemporâneo, e compreendem destino turístico como conceito espacial ou geográfico,

definido principalmente pelos visitantes. É que o lugar somente se faz destino turístico pela recepção de visitante sistematicamente. O elemento dinâmico é parte do conceito, pois o deslocamento é fator determinante de experiência turística.

Por destinação turística, a OMT (2001) considera local geográfico, em direção a que se dirige demanda para desfrute da viagem. O caminho percorrido, entre origem e destino, faz parte da experiência turística e o lugar para onde se encaminha o turista é o objetivo da viagem: destino turístico. Para Mota, Viana e Anjos (2013), é cada vez mais subjetiva a percepção do que vem a ser destinação turística, cuja definição depende do consumidor e do respectivo roteiro de viagens. Em razão disso, Anjos e Limberger (2013) afirmam que o destino turístico é um dos conceitos mais estudados em pesquisas de turismo e destacam a importância de discuti-lo para adequá-lo ao uso contemporâneo nas áreas de planejamento e gestão. Para esta dissertação, entende-se como destinação turística a Região Turística do Meio-Norte, onde se localiza a Rota das Emoções.

2.2 OS PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

Para esta dissertação, realiza-se pesquisa institucional, documental, e *online*, além da pesquisa de campo, para coleta de dados. Citam-se dos decretos, leis e planos que regulamentam as políticas de turismo brasileiras. Indicam-se livros e trabalhos acadêmicos, artigos, publicações em revistas científicas, dissertações e teses. Adicionalmente, consultam-se pesquisas e relatórios do Ministério do Turismo e Sebrae, sobre destinos indutores e turismo na Rota das Emoções, além de notícias de jornais e revistas de publicação periódica, impressas e em sites eletrônicos.

A revisão da literatura é para aprofundamento conceitual do marco teórico, quanto ao Nordeste turístico, políticas nacionais de turismo e Programa de Regionalização, com ênfase na Rota das Emoções, após o que procede-se à aplicação da pesquisa de campo, com questionário padrão, composto de nove perguntas abertas, enviado, por email, ao gestor público estadual do Ceará, Piauí e Maranhão, diretamente envolvido com turismo na Rota das Emoções. Em consonância com objetivos da dissertação, e para investigar as políticas públicas, no roteiro integrado, a opção é pela amostra não-probabilística intencional. Busca-se compreender de que forma se articulam as políticas públicas de turismo, no roteiro integrado, quais impactos gerados e quem se beneficia dos resultados. Analisa-se o processo de formulação de políticas de turismo regional, bem como questões de coordenação e integração,

além de resultados alcançados, sob os seguintes aspectos: política de turismo, influência, nível de complexidade, implementação e resultado obtido.

A fim de atender ao objetivo proposto, este trabalho se estrutura em cinco seções: introdução - apresentação do tema e justificativa, juntamente com questionamentos e objetivos a serem alcançados; “A opção pelo método dialético”, com metodologia, conceitos fundantes e procedimentos de pesquisa, evidenciando o caráter empírico da dissertação; “O Nordeste Turístico e as Políticas Públicas”, com apanhado histórico-evolutivo para apresentar como a Região Nordeste, seca e pobre, passa a turística. Faz-se resgate de políticas públicas de turismo, desde decretos-lei que regem parcialmente a atividade turística até aos planos nacionais de turismo, que trazem conceitos de região e regionalização à realidade turística brasileira. Para tanto, consultam-se autores, Beni (2003), Cruz (2005), Dantas (2007) e Coriolano (2009), entre outros, que tratam de políticas públicas de turismo, com ênfase em programas e ações direcionados ao Nordeste. Ao final, abordagens e críticas ao Programa de Regionalização do Turismo.

Quarta seção, “Rota das Emoções: roteiro integrado do Nordeste”. Apresentação da Região Turística do Meio-Norte e Rota das Emoções. São percorridos municípios do roteiro integrado, por meio de atrativos relevantes. Tem-se de que forma a Rota das Emoções se concebe e estrutura, quem são responsáveis pela gestão e como se articulam as políticas de turismo no território. Encerra-se com a apresentação dos resultados da pesquisa de campo e desafios da Rota das Emoções, na dinamização do roteiro integrado. Quinta seção: conclusão, apanhado geral dos resultados coletados, seguida de referências utilizadas.

3 O NORDESTE TURÍSTICO E AS POLÍTICAS PÚBLICAS

O Nordeste brasileiro revela-se pelas condições naturais que dão identidade regional e carregam fortemente a marca de opostos. Pares dialéticos sertão e litoral, fome e opulência, atraso e progresso, por vezes, o definem, reduzindo-o, ofuscando ou revelando problemas, potencialidades e virtudes da região e dos nordestinos.

Para compreensão do Nordeste e políticas nacionais que incidem na região, discursos oficiais, turísticos, e ideários que marcam o Nordeste turístico, analisam-se ideias e discursos que formam imagens da região, transformada em turística, desde a década de 1990. O reconhecimento da Região Nordeste passa por sofridas mudanças, ao longo da história econômica, política e social do Brasil e da própria região. Oliveira (1993) mostra que:

É possível constatar, sem recuar muito no tempo, que o Nordeste como “região” tanto no sentido proposto quanto no sentido mais corrente na literatura, na opinião pública e nas políticas e programas governamentais, somente é reconhecível a partir de meados do século XIX [...] Há, pois, na história regional, “regiões” dentro do que hoje é o Nordeste (OLIVEIRA, 1993, p.32).

Mostra o teórico que há vários Nordestes, mas o Nordeste turístico surge em 1990. O período entre o século XIX e primeira metade do século XX, inicia a construção da Região Nordeste. Descobre-se o semiárido, em discursos de elites governamentais que o acusam de problemas regionais. Leva à criação de imaginário social fundamentado no clima seco e árido, responsável pelo atraso da região, que ostenta fome e pobreza. Os discursos sobre a imagem negativa do semiárido encontram raízes em antigos documentos, cartas reais e relatos de viagem, orientados pela lógica determinista que remete ao quadro natural perverso, marcado pela semiaridez e pelas secas cíclicas que vitimam o homem (CASTRO, 1977).

De acordo com Dantas (2009), o imaginário surge quando a seca se torna referência, o que, por muito tempo, ofusca os reais problemas relacionados à estrutura de poder, fundiária e administrativa, e impede o desenvolvimento econômico e social da região, mas serve de base para político atrair investimento, representando forte poder simbólico do imaginário político regional. Oliveira (1993) acrescenta que a “invenção” do Nordeste brasileiro parte da necessidade de classes abastadas de consolidação do poder sobre a região, para manutenção de lógicas econômicas de produção de cana-de-açúcar, café e pecuária extensiva.

Em 1950, o Nordeste brasileiro é fortemente dominado pelas oligarquias rurais, detentoras de base de poder territorial do sertão e concentração de poder político no litoral. O discurso de caráter regionalista insere-se no processo de constituição do Estado Nacional cuja gestação se dá conforme política de fragmentação dominadora do Sudeste, sob o Nordeste.

Na primeira metade do século XX, a região Sudeste do Brasil, em especial os estados de São Paulo e Minas Gerais destacam-se no cenário econômico brasileiro. Associados à ideia de "locomotivas nacionais", crescimento e desenvolvimento são responsáveis pela modernização não apenas da Região Sudeste, mas do Brasil. De tal maneira, a economia brasileira se organiza regionalmente, com base industrial no pós-1930, alicerçada na acumulação de capitais adquiridos do mercado internacional de café e *commodities*. De acordo com Silva e Ferreira (2008), surge, assim, a “questão regional” que desconsidera demais regiões brasileiras e apresenta o Sudeste associado à imagem de progresso, em contraponto ao Nordeste que representa atraso nacional. A política de substituição de importações é implantada e os efeitos agravam a crise de defasagem do Nordeste, em relação ao Sudeste.

Consubstancia-se, assim, o Nordeste como região problema, de clima semiárido, vegetação caducifólia, monocultura agroexportadora – cana-de-açúcar, café, algodão – e pecuária extensiva para atender demandas locais. Nordeste agrícola, pobre, com alta concentração de renda. No entanto, características naturais vinculadas à região não são fatores determinantes de justificação de eventuais crises econômicas, pois, segundo Andrade (2005), apesar da aparente caracterização ambiental desfavorável, limitações técnicas e tecnologias, entre outros fatores econômicos, sociais e culturais, como ocupação desordenada do território, são vistas como causa do problema regional.

A lógica de naturalização da realidade acaba tornando-se o que Dantas (2007) considera importante recurso ideológico utilizado pela elite local para obtenção de ajuda e subvenção da União, na atração de investimento do governo federal, utilizado, sobretudo, na manutenção de domínio sobre o Nordeste e o *status quo*, em reforço ao poder de oligarquias, nos estados nordestinos.

Nesse sentido, o Estado intervém na reorganização da economia nacional, com ações de equilíbrio inter-regional. Os recursos do governo federal destinam-se ao desenvolvimento da Região Nordeste e, segundo Dantas (2006), estruturam-se assim: de meados do século XIX até os anos 1950, reforço da estrutura fundiária e manutenção da lógica agroexportadora, com cana-de-açúcar, na zona da mata, e algodão, no sertão. Dos anos 1960 a 1980, com implementação de política de industrialização pela Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) e, acrescenta Coriolano (2004), dos anos 1990 em diante, com a atividade terciária, em especial, turismo.

No Nordeste, constroem-se vias férreas, rodovias estadual e federal, BR-101, BR-116 e BR-304, para integração do sertão ao mercado, interligando capitais e cidades de porte médio

com grandes rodovias. Criam-se organismos públicos federais, principalmente nas capitais, e instituições públicas, universidades e bancos, a exemplo do Banco do Nordeste (BNB), em 1953, para estímulo à formação de empresas que gerem desenvolvimento da região. Além de organismos de planejamento regional e de financiamento, como o Departamento Nacional de Obras Contra as Secas (DNOCS), para solução de problemas de seca, com construção de vias e açudes; em especial foi criada a Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), para superação de problemas da região com industrialização.

Diz Araújo (2013) que, entre as políticas públicas do governo federal para o Nordeste semiárido, planejadas para desenvolvimento econômico da região, a SUDENE, em 1959, apresenta solução, com ações direcionadas à população pobre, e sobre gênero alimentício, assistência sanitária e obras contra as secas. Assim, a SUDENE cria sistema de financiamento eficaz, nos primeiros anos da década de 1960, no Nordeste, em momento econômico da indústria. De acordo com Silva e Ferreira (2008), incentivos fiscais, criados pela SUDENE, atraem empresas do Sudeste, que constroem filiais em capitais nordestinas e centros dinâmicos do sertão. Com o Banco do Nordeste do Brasil e do Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES), o Estado complementa o investimento privado, principalmente nos setores de dinamização do mercado.

Acreditava-se que a regionalização e a industrialização fariam o desenvolvimento no Nordeste, com suprimento de deficiências econômicas, engano, porém. Nas décadas de 1960 e 1970, a industrialização é destaque em atividades econômicas, privilegiadas pelos investimentos em políticas federais, incentivadas por Juscelino Kubistchek, e torna-se principal agente de desenvolvimento do Brasil e do Nordeste. O ciclo de investimento modifica o quadro econômico, gera crescimento da economia, urbaniza centros regionais e diversifica o mercado consumidor. Pelo resultado da mudança, Silva e Ferreira (2008) observam que a economia regional nordestina tenta se integrar ao restante da economia nacional. A integração econômica ajuda, mas não torna homogêneas as estruturas produtivas de diferentes regiões do País, pois prioriza investir em determinados centros urbanos, Salvador, Recife e Fortaleza, capitais dinâmicas, demarcadas como região metropolitana, desde 1970.

Araújo (1997) considera que a economia do Nordeste apresenta excelente desempenho, entre os anos 1960 e 1990, e destaca o relevante papel do setor público no processo, constituindo-se traço importante da economia nordestina, ao alavancar atividades econômicas que mais cresceram, nos anos 1970 e 1980: bens imóveis e serviços; atividade financeira; produção de energia elétrica e abastecimento de água; serviços comunitários, sociais e pessoais, destacam-se como atividade dinâmica e, na maioria, o investimento público

é fundamental. Para a autora, está claro que o Estado patrocina fortemente o crescimento econômico de regiões brasileiras; no Nordeste, contudo, a presença do setor público é fundamental à intensidade e rumos do crescimento econômico; “investindo, produzindo, incentivando, criando infraestrutura econômica e social, o Estado se faz presente com grande intensidade na promoção do crescimento da economia nordestina” (ARAÚJO, 1997, p.8).

Diante do cenário de discursos, o Nordeste ganha nova conotação da imagem da região e vincula-se à visão positiva do semiárido. De acordo com Almeida (1994), a indicação de imagem positiva, a partir do final de 1980, associada à contemporânea valorização de zona de praia, nos trópicos, levanta discussão, pondo em xeque a tradicional imagem do Nordeste, que passa de imagem de pobreza à de caráter, sobretudo, turístico, vinculada ao sol, praia e veraneio. A autora se refere ao processo de valorização de zona de praia de países em via de desenvolvimento, como destinação turística, o que Cazes (1999) denomina de turistificação de litorais. Países pobres tropicais tem o turismo como atividade-chave e expõem singularidades de territórios naturais, especialmente espaços litorâneos. Beni (2003) afirma que o turismo passa a viabilizar a economia de países pobres com integração à economia mundial.

Hall e Page (1999) explicam que a apropriação de áreas costeiras intertropicais, associadas à lógica do turismo, é inspirada no interesse europeu e norte-americano pelas áreas selvagens, representadas pelos parques nacionais. O contato do turista com áreas costeiras, sem grandes aglomerações humanas, como as do Nordeste, desempenha papel semelhante, possibilita fuga de áreas altamente urbanizadas para imersão em ambientes naturais com alto nível de conservação.

No Brasil, o interesse em planejar e investir em turismo, segundo Brandão (2012), parte de exitosas experiências, economicamente favoráveis, em territórios com realidade semelhante à brasileira. Cancún, Veracruz e Acapulco são exemplos de destino litorâneo que, desde a década de 1960, investe em turismo como atividade rentável, capaz de gerar divisa e renda. Ações viabilizadas por meio de política pública e investimento privado intensos são determinantes para realizar profundas mudanças, para além da conjuntura econômica. Diz Barbosa (2015) que tais experiências incentivam o governo brasileiro a olhar o turismo como alternativa econômica para o País. O Nordeste, pelas características naturais da região, apresenta condições favoráveis ao desenvolvimento da atividade, por ter similaridades com destinos de países tropicais em desenvolvimento, prontos para concorrência no mercado global.

Entretanto cidades litorâneas do Nordeste brasileiro são consideradas inadequadas à lógica de valorização turística. De acordo com Dantas (2007), os fluxos no Nordeste são reduzidos e domésticos, de caráter nacional e centralizados principalmente em capitais, que

concentram infraestrutura viária e meio de hospedagem. Salvador parte na frente, sendo principal exemplo do período. Além disso, políticas de turismo são pontuais e desarticuladas, vinculadas ao modelo de desenvolvimento até então adotado no Brasil, em que a atividade turística não incita, até a primeira metade dos anos 1980, política global de desenvolvimento. Diferencia-se do modelo adotado por países como México, onde indústria e turismo se associam a planos de desenvolvimento.

Incentivos e investimentos direcionados à indústria indicam que a atividade é a mola motriz da política de desenvolvimento econômico regional. Dantas (2007) acrescenta que governos locais, seduzidos pelo paradigma da industrialização, colocam, em segundo plano, ou negligenciam potencialidades turísticas no Nordeste, concentrando esforços, no período, no sentido de obter subvenções do governo federal para estabelecimento de indústrias.

No entanto, a partir de meados dos anos 1980, valorizam-se zonas de praia e veiculação de imagens positivas do Nordeste, aliadas à possibilidade de exploração turística de paisagens litorâneas. Elaboram-se políticas de desenvolvimento econômico que promovem posteriormente reestruturação do mercado imobiliário. O espaço litorâneo - até então utilizado para as atividades portuárias e de pesca artesanal, ocupado com residências e atividades socialmente marginalizadas -, transforma-se em mercadoria nobre, justificando modificações socioespaciais que promovem a ocupação da zona costeira nordestina em espaço turístico. Surgem novos atores e gradativa expulsão de pescadores de áreas especiais. O litoral nordestino passa a ser de importância estratégica para o desenvolvimento regional e objeto de intervenções do poder público.

Dantas (2007) registra que, com a modificação do olhar da sociedade, face ao semiárido, o quadro simbólico hegemônico do Nordeste é abalado, dando início a conflito entre quadros simbólicos contraditórios: um mais antigo que reforça rede de imagens negativas do semiárido em benefício de oligarquia agrária algodoeira-pecuarista; o simbólico recente, que indica novo discurso relacionado à virtualidade do semiárido, construindo imagem positiva relacionada aos interesses de empreendedores ligados à agricultura irrigada e ao turismo. Por meio de conflito, transformam-se as novas relações estabelecidas entre a sociedade local e o meio, inclusive litorâneo, que passa a ser espaço ideal para desenvolvimento de atividade turística contemporânea. A transformação de caráter simbólico potencializa o quadro político, econômico e dá margem ao processo de turistificação do Nordeste brasileiro.

Assim, o Nordeste brasileiro segue a tendência de países subdesenvolvidos de grande extensão territorial, onde áreas pobres e detentoras de rico patrimônio natural e

cultural tornam-se alvo de investimentos turísticos de forma crescente (ARAÚJO e MOURA, 2007). O governo utiliza o discurso do turismo como instrumento de desenvolvimento regional, e a iniciativa privada, o aporte de infraestrutura, realizado pelo setor público, para investir na atividade turística, uma das mais promissoras da economia mundial. Para tanto, mobilizam-se grandes volumes de capital de investimento, através de financiamento de agências internacionais, sob a retórica assumida pelos governos e pela iniciativa privada da necessidade de desenvolver áreas, a fim de torná-las aptas a receber turista. O aporte de infraestrutura na Região Nordeste é realizado pelo Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo na Região Nordeste (PRODETUR NE), em destaque pela escala dos recursos e pelo impacto estratégico no território litorâneo.

3.1 PRODETUR: DO NORDESTE PARA O BRASIL

O Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) é criado na década de 1990, pela portaria conjunta da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) com o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR). Considerado a política de turismo pioneira no Brasil, o PRODETUR é precursor de ações para o fomento da atividade turística no Nordeste e antecede o próprio Ministério do Turismo. Barbosa (2015) afirma que, a partir da política, a Região Nordeste ganha destaque, como resultado do reordenamento territorial para desenvolvimento da atividade turística.

Instituído originalmente com dimensão regional, o PRODETUR é estrategicamente planejado e inspirado em padrões internacionais de turismo, para promoção do desenvolvimento econômico dos estados nordestinos, dotar a Região Nordeste de infraestrutura urbana, equipamentos urbanos e oferta de serviços públicos, em espaços com vocação turística ou definidos, em expansão. As ações são direcionadas a atrair investimentos privados, captar turistas internacionais e consolidar proposta de desenvolvimento regional. Os objetivos devem ser alcançados pelas políticas públicas estaduais, mediadas pelas organizações bancárias, por meio de ações que evidenciem o turismo como atividade econômica, vinculada à pauta do desenvolvimento da região. Por essa razão, o PRODETUR é considerado programa inovador na concepção e gestão.

Estudiosos, no entanto, questionam a implementação do programa, principalmente pelo distanciamento entre visão oficial e realidade. Diz Beni (2003) que a maior crítica recai sobre a estratégia de desenvolvimento do turismo na Região Nordeste, resumida em implantar infraestrutura turística, para servir de suporte à implantação de megaprojetos turísticos,

representados pelos *resorts*, direcionados ao turismo de luxo no país. A implantação de *resorts* caracteriza-se por induzir urbanização turística e expansão do turismo, por meio da construção de empreendimentos, marinas, complexos hoteleiros, parques temáticos, com aporte de dinheiro público para empresas privadas, que beneficiam pouco ou quase nada a população. A implantação de *resorts* é uma das principais formas de investimento e materialização turística do Nordeste, região brasileira com maior concentração desses empreendimentos.

Para Araújo e Moura (2007), a criação do PRODETUR, enquanto iniciativa do governo federal, revaloriza a zona costeira nordestina, com base no patrimônio natural e no potencial turístico. Para Coradini (2008), o PRODETUR é principalmente política de turismo de caráter urbano, que implementa infraestrutura em locais potencialmente relevantes. A infraestrutura implantada serve de âncora à atração de investimento privado e cria condições mínimas para a inserção do Nordeste no mercado turístico nacional. É divisor de águas na história de políticas públicas do turismo brasileiro.

Cruz (2005) reforça que o PRODETUR, concebido política de turismo, atua como política urbana de transformação do litoral nordestino, em resposta às demandas de almejado turismo. De acordo com a autora,

É neste contexto que praticamente todos os aeroportos da região são submetidos a reformas, ampliações e modernizações, no intuito de viabilizar as manobras de aeronaves de maior porte e, conseqüentemente, a operação de voos internacionais. É neste contexto também que velhos caminhos de terra são modernamente pavimentados, unindo-se a uma nova malha viária, imposta pela fluidez necessária ao fazer turístico. Enquadram-se aqui a Translitorânea maranhense, a Costa do Sol Cearense, a Rota do Sol potiguar, a Linha Verde baiana, todas elas facilitadoras dos fluxos de pessoas, mas também, naturalmente, dos fluxos do capital interesseiro que se aproveita das economias externas constituídas pelo Estado, que cria condições para a sua reprodução, numa espécie de Modo de Produção Estatista (conforme Lefèbvre). Como não há turismo sem deslocamento, um dos focos centrais da ação pública federal sobre o território nos últimos anos tem sido, justamente, a ampliação e a modernização da rede de transportes nas áreas prioritárias para o desenvolvimento do turismo. Daí falarmos em velhos e novos sistemas de engenharia e novas ações e papel do Estado na organização do espaço para o turismo, por meio de políticas públicas e de seus respectivos diplomas legais (CRUZ, 2005, p. 31).

Definem-se diretrizes básicas do PRODETUR que implicam preservação e valorização do meio ambiente, dos recursos naturais, culturais e históricos; eficiência e integração administrativa com setores diretamente vinculados ao turismo, em consonância com necessidades de infraestrutura urbana e de apoio; interação, do trabalho conjunto e cooperativo com iniciativa privada e associações, bancos de desenvolvimento, bancos

privados e organismos internacionais. As diretrizes confirmam estratégia regionalizada do programa, modelo de condução da atividade.

Isso leva Coriolano e Almeida (2007) à afirmação de que a proposta turística regional do PRODETUR envolve estados que compreendem a necessidade de não competição entre si, e de fortalecimento para enfrentamento de destinos brasileiros concorrentes do mercado global, que recebem fluxos de visitantes internacionais, a exemplo de Rio de Janeiro e São Paulo. De acordo com autores, a proposta nordestina é também de concorrência com o mercado externo, com destinos de turismo de sol e praia da América, como Cuba, Cancún, República Dominicana e ilhas do mar do Caribe.

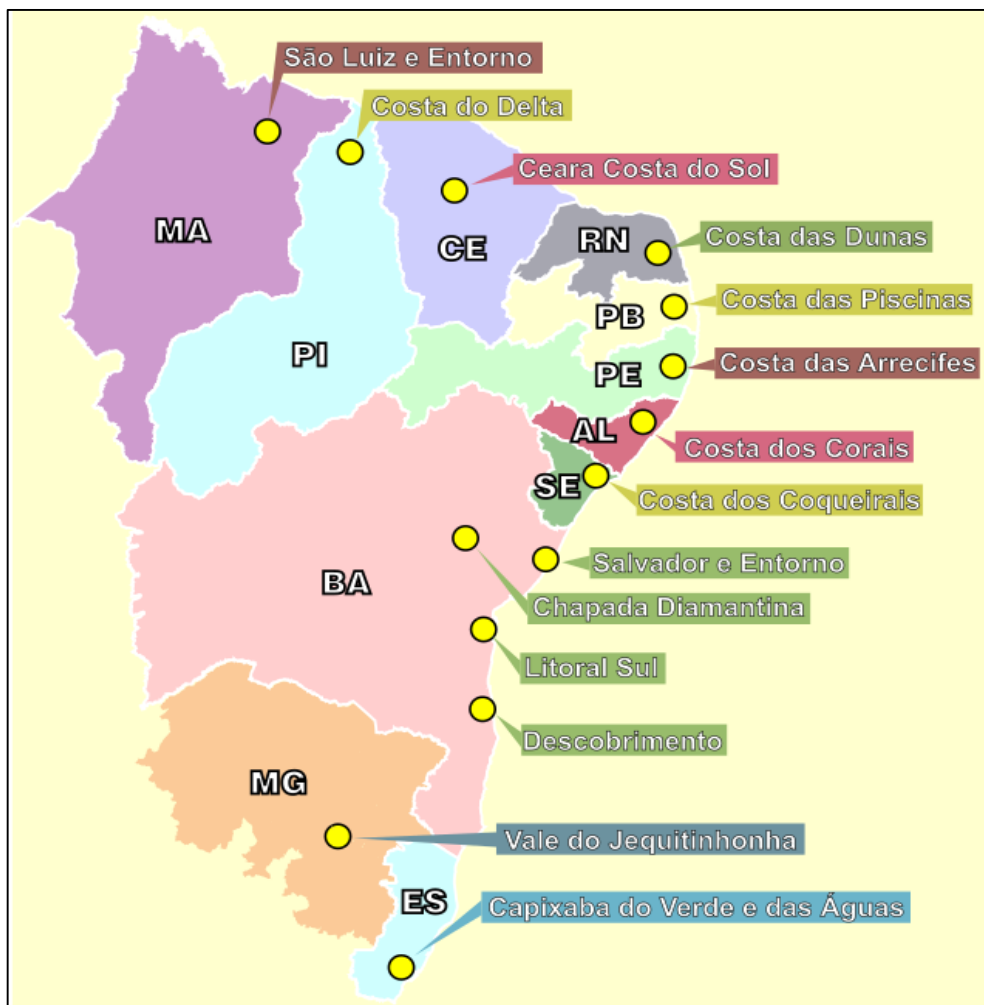
Ao longo do tempo, o PRODETUR apresenta fases de planejamento e atuação, distribuídas, temporal, espacial e politicamente: PRODETUR Nordeste I, PRODETUR Nordeste II e PRODETUR Nacional. PRODETUR NE I inicia oficialmente em 1995, com provimento de infraestrutura básica e serviços públicos, finalizando em 2005. Em 2002, com proximidade do término do PRODETUR NE I, é lançado o PRODETUR NE II, ampliando a área de atuação. A edição conclui em 2012. Em 2010, lançada terceira fase, de caráter nacional, ainda em execução: PRODETUR Nacional. O PRODETUR NE I e PRODETUR NE II tem atividades coordenadas no BNB, nos nove estados da região. Os programas, com administração de executor local, são financiados com recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Em alguns pontos, as edições se diferenciam.

Coriolano (2006) destaca que, enquanto, no PRODETUR NE I, o Estado delibera sobre todos os assuntos, no PRODETUR II, as ações são consultadas e aprovadas em fórum e conselho de turismo. O foco deixa de ser o município e passa a ser região e polo. Ações, antes direcionadas ao espaço físico, para a instalação de infraestrutura, são direcionadas também para capacitação de pessoal, desenvolvimento social, com espaço para participação da sociedade civil. Planos, antes aprovados apenas pelo banco financiador, exigem aprovação de conselhos estaduais e municipais, bem como de fóruns, a fim de garantir participação de comunidade no processo e rumo da atividade turística. Segundo Barbosa (2015), à medida que se implantam melhorias de infraestrutura, a movimentação de divisa ajuda a promover o crescimento da região, geram-se novos postos de trabalho e investimentos, o que incentiva a qualificação da força de trabalho que tem melhorado e ampliado na região Nordeste.

Quanto às áreas de abrangência, os programas apresentam semelhanças. O PRODETUR NE I contempla os polos turísticos nordestinos: São Luis e entorno do Maranhão; Costa do Delta no Piauí; Costa do Sol, no Ceará; Costa das Dunas no Rio Grande do Norte; Costa das Piscinas na Paraíba; Costa dos Arrecifes, em Pernambuco; Costa dos

Corais, em Alagoas; Costa dos Coqueiros em Sergipe; Costa do Descobrimento, Chapada Diamantina, Salvador, Litoral Sul e Entorno da Bahia. O PRODETUR NE II amplia área de atuação, incluindo polos do Polígono das Secas, com o Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais e Capixaba do Verde e das Águas, no Espírito Santo. A Figura 1 apresenta os Pólos de Turismo do PRODETUR NE:

Figura 1 – Pólos de Turismo do PRODETUR NE



Fonte: Banco do Nordeste (2004).²

² Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/9porto/luziane.htm>>.

A inclusão do norte de Minas no PRODETUR NE, no entanto, é criticada por Cruz (2005), que considera ação “pró-forma” e decisão eminentemente política, justificada pelo fato de o norte de Minas, juntamente com demais estados nordestinos, fazer parte da jurisdição da SUDENE. Segundo a autora, isso contraria objetivos do programa de melhoria de infraestrutura e serviços públicos, em área de expansão turística, pois o norte do estado de Minas Gerais encontrava-se com dificuldades econômicas, realidade de décadas. Em contrapartida, para os estados nordestinos, o turismo se torna a vitrine da imagem socioeconômica, relacionando-se com os contextos regionais e locais. Buscam-se, por meio do turismo, articulações e teias de relações para construção de cenário nacional e internacional (ARAÚJO, 2013). Tamanha é a repercussão do PRODETUR que, mesmo criado para a região Nordeste do Brasil, é posteriormente implantado em estados e municípios do Sudeste e Sul do país.

Assim, em 2010, o PRODETUR se reapresenta, com denominação de PRODETUR Nacional e amplia a área de atuação, com abrangência de estados e municípios de todas as regiões brasileiras. A terceira fase contempla maior número de espaços, não exclusivamente litorâneos. A interiorização diversifica a oferta turística, com áreas de serra, do agreste e do sertão nordestino, que passam a fazer parte do programa, sendo polos turísticos e áreas com potencial para investimento e incentivo ao crescimento da atividade turística. Segundo Barbosa (2015), a proposta expande o turismo para além do litoral, reinventa formas, funções e práticas, para atender às necessidades do mercado turístico, transforma paisagens e desloca a lógica do capital, vinculada ao turismo, para outros territórios. Com isso, o PRODETUR torna-se referência no planejamento regional e territorial do Brasil, com sucesso de estatística de crescimento econômico do Nordeste pelo turismo. Incentiva estados e municípios do Norte e Centro-Sul à adoção da mesma política, para alcance de resultados positivos para as regiões.

Araújo e Dantas (2015) apontam que, em nível federal, políticas até então direcionadas ao turismo, dão ênfase à dimensão econômica, o que muda com a criação do PRODETUR NE I e II e do PRODETUR Nacional, com discurso e estratégias que reforçam a geração de emprego e o equilíbrio da balança comercial do País, com o objetivo de diminuir desigualdades regionais. Com isso, o PRODETUR se torna instrumento promotor de infraestrutura básica, reestruturação de território, de planejamento e gestão da atividade turística. Por esse motivo, diz-se precursor de ações de fomento da atividade turística no Nordeste, e política pública de turismo pioneira no Brasil.

Na próxima seção, resgate de políticas públicas de turismo brasileiras, mediante decretos-lei que regem parcialmente a atividade turística, até planos nacionais de turismo.

3.2 AS POLÍTICAS NACIONAIS DE TURISMO

O planejamento da atividade turística brasileira, especialmente no que diz respeito às políticas públicas de turismo, considera-se fenômeno bastante recente. No Brasil, a primeira política nacional de turismo é anunciada em 1966, pelo Decreto-lei Nº55/1966. Trata-se do primeiro instrumento legal, no Direito positivo brasileiro, de regulação e intervenção na vida social, política e econômica. O Artigo 1º conceitua política nacional de turismo:

Art. 1º. Compreende-se como política nacional de turismo a atividade decorrente de todas as iniciativas ligadas à indústria do turismo sejam originárias de setor privado ou público, isoladas ou coordenadas entre si, desde que reconhecido seu interesse para o desenvolvimento econômico do país (BRASIL, 1966).

No decreto, a atividade turística concebe-se pela lógica econômica. A denominação “indústria do turismo” relaciona a atividade industrial à atividade turística, também denominada “indústria sem chaminés”, pela capacidade do turismo de gerar emprego e renda, em proporção antes vista apenas na indústria. Quanto à definição de política nacional de turismo, constante do Decreto-lei Nº55/1966, Araújo e Taschner (2011) apontam lacunas, como não mencionar a importância da participação de múltiplos atores sociais vinculados ao turismo, e não enfatizar a necessidade de articulação entre as atividades de interesse turístico, com a possibilidade de iniciativas ditas isoladas, apesar de saber que sua falta contraria a noção de política pública. Característica da política é forte viés arbitrário e centralizador, com reflexo do período autocrático e ditatorial de política econômica.

A política nacional de turismo institui estrutura oficial, profissional e especializada. O governo incrementa o controle de atividade, com regulamentação e planejamento, tornando-a estruturada para desenvolvimento uniforme e orgânico. Nesse sentido, criam-se organismos oficiais, responsáveis pela efetivação da política nacional de turismo: Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) e Conselho Nacional de Turismo (CNTUR), constituindo cúpula do Sistema Nacional de Turismo (SISTUR), responsáveis pela coordenação de programas oficiais, com ações de iniciativa privada, para garantia de desenvolvimento orgânico da atividade turística nacional. Ao poder público, cabe o papel de atuar com incentivos fiscais e financiamento, a fim de canalizar ações às diferentes regiões do país. Iniciativas dão condições favoráveis ao desenvolvimento do turismo, consideradas passo inicial de inserção do turismo, até então marginalizado, no sistema produtivo brasileiro

(BENI, 2006). Na prática, Araújo e Taschner (2011) observam dificuldade dos órgãos na execução de ações e planejamento contínuo e estruturado da atividade turística brasileira, com foco na hotelaria. Prevaecem ações pontuais que atendem a aspectos isolados da atividade.

O advento de políticas nacionais de turismo é fenômeno recente. Até a década de 1990, Cruz (2001) observa que políticas federais de turismo são resultados de diplomas legais desconexos, restritos a aspectos parciais da atividade. Entre 1991 a 1996, o Estado brasileiro promulga diplomas legais de regulamentação da atividade. Os diplomas são irregularmente distribuídos ao longo do tempo, uma vez que não existia sistemática de promulgação e não ficam claras as diretrizes de políticas nacionais. Isso, no entanto, não invalida sua existência. A autora considera que diplomas do período falham sob diversos aspectos, principalmente por reduzirem-se a aspectos parciais da atividade, como a simples ampliação e melhoria da infraestrutura hoteleira, sem mudança estrutural e totalizante. Com exceção de diplomas legais que regem o sistema nacional de incentivos fiscais e financeiros da atividade, somente dois atos jurídicos são de maior importância quanto à política nacional de turismo e as repercussões sobre o reordenamento de territórios para uso turístico:

- Resolução CNTur 31, de 1968, estabelece o Plano de Prioridades de Localização de Hotéis de Turismo e define áreas prioritárias para implantação de hotéis de turismo: Capital Federal e capitais dos estados e territórios; estâncias hidrominerais, estações climáticas e balneárias, e cidades históricas; adjacências de aeroportos internacionais e viários eixos de interesse turístico, bem como localidades de comprovado interesse turístico. A CNTur 31 é criada com validade provisória até a implementação do Plano Nacional de Turismo (Plantur);
- Resolução CNTur 71, de 1969, traz definições, diretrizes, objetivos e metodologia para a elaboração do Plantur, elemento básico da Política Nacional de Turismo. São objetivos do Plantur: desenvolvimento do turismo receptivo; fomento ao turismo interno; geração de emprego; estímulo aos investimentos privados de interesse turístico; concessão de incentivos fiscais e facilidades a empreendimentos turísticos, em áreas que necessitam de condições potenciais favoráveis.

Entretanto, o Plantur não é executado e, até 1992, nenhum plano com abordagem global do turismo brasileiro é elaborado. Desse modo, ao longo do período, a política nacional de turismo se restringe à política de incentivo fiscal e financeiro, sobretudo para o setor hoteleiro.

Na década de 1980, o governo Sarney legitima a liberalização da atividade turística, edita decretos e portarias com intuito de consolidar e ampliar o desenvolvimento do turismo. O momento é de ampla discussão nacional, em virtude do processo de abertura

política do regime anterior. Em função do pressuposto legal, agências de viagens no país multiplicam-se de forma rápida e desordenada. No entanto, muitas fecham em pouco tempo, devido à falta de qualificação profissional de agentes responsáveis (BOIYEUX, 2003).

Em 1988, é promulgada a atual constituição brasileira, e o turismo é considerado atividade-chave, atribuídas responsabilidades iguais a todos os níveis governamentais: “Art. 180. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico” (BRASIL, 2011, p.124), como parte de cenário onde é institucionalizada descentralização da gestão pública, desconcentração de políticas públicas e mudanças na regulação econômica. Além do aspecto econômico, a atividade turística interessa também ao desenvolvimento social.

A década de 1990 é marcada “por articulações político-econômicas de cunho neoliberais, quando as decisões estatais ficam cada vez mais articuladas e subservientes aos interesses dos sujeitos hegemônicos da economia globalizada” (BARBOSA, 2017, p 17). Por outro lado, as políticas de turismo iniciadas na década revelam ações do Estado quanto ao planejamento turístico, no Brasil, e apresentam impacto maior, sendo considerada relevante fase do turismo que se intensifica. Cruz (2005) acrescenta que, ao revisitar a década de 1990, vê-se que não há precedentes, na história do turismo no país, tão didaticamente reveladores de objetivos de governos do período de dinamização da atividade turística. Nessa fase, criam-se aparatos, no âmbito normativo, e rearranjos espaciais requeridos pela expansão do turismo.

Em 1991, a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) é reestruturada de empresa pública a autarquia especial, sob a denominação de Instituto Brasileiro de Turismo, vinculado à Secretaria de Desenvolvimento Regional da Presidência da República, o que constitui marco da política de turismo. A reestruturação é acompanhada da implementação de diretrizes, o que mais adiante será a Política Nacional do Turismo, para o período de 1996 a 1999. Assim, em 1992, é criado o Plantur: plano de ações a ser desenvolvido, pelo governo federal, para efetivar a política nacional de turismo, a fim de desenvolver o turismo e equacioná-lo como fonte de renda nacional. Entre as diretrizes, está a prática do turismo como forma de valorização e preservação do patrimônio natural e cultural do país; e valorização do homem, destinatário final do desenvolvimento turístico (BRASIL, 1992).

O Plantur, com sete programas, envolve setor público e iniciativa privada, para tornar o Brasil produto turístico competitivo no exterior: Programa de Polos Turísticos, Programa Turismo Interno, Programa Mercosul, Programa Ecoturismo, Programa Marketing internacional, Programa Qualidade e Produtividade do Setor Turístico, Programa de Formação de Recursos Humanos para o Turismo.

Na análise de Becker (1999), o plano nacional fortalece a ideia de turismo como fator de desenvolvimento e está, no discurso e na prática, fundamentado na descentralização das atividades. A EMBRATUR transfere a atividade turística para esferas de estados e municípios, e incorpora a iniciativa privada. O papel do governo federal é deferido como coordenador e indutor do turismo.

O Plantur, no entanto, não sai do papel, pois, de acordo com Cruz (2001), “coloca o carro na frente dos bois”. O que deveria ser instrumento de efetivação de política é instituído antes da implantação da política de turismo, o que se dá em 1996. Além disso, é complicador o fato de o Plantur ter sido criado no Governo Collor, em momento de reformulação e instabilidade política, que culmina com *impeachment*. A instabilidade política e econômica repercute negativamente sobre setores produtivos, sobretudo do turismo. Apesar disso, Cruz (2005) explica que, a partir do Governo Collor, começa a ser dada crescente importância ao turismo, visto como promotor do desenvolvimento regional e minimizador de históricas desigualdades regionais.

Somente no Governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-1998), a Política Nacional de Turismo é instituída. O documento é tido por Cruz (2001) o mais completo e detalhado da história de políticas federais para a atividade turística. A Política Nacional de Turismo (PNT) 1996-1999 se fundamenta em pressupostos desenvolvimentistas, estabilização econômica, financiamento do desenvolvimento e reforma do Estado, com inserção competitiva, modernização, eficácia do Estado e redução de desequilíbrios espaciais e sociais. Está fundamentada em quatro macroestratégias: implantação de infraestrutura adequada às potencialidades regionais; qualificação profissional de envolvidos no setor; descentralização da gestão turística por intermédio do fortalecimento dos órgãos delegados estaduais; municipalização do turismo e terceirização de atividades para o setor privado; ordenamento, desenvolvimento e promoção da atividade pela articulação entre governo e iniciativa privada. A política alcança visibilidade sem precedentes.

Entre as metas, até o ano de 1999, com implementação da política de turismo: aumento de ingresso de turistas estrangeiros para 3,8 milhões; acréscimo na entrada de divisas estrangeiras para US\$4 bilhões e alcance do patamar mundial de 10,6% da população economicamente ativa, empregada no setor turístico. Os programas do Governo Federal, para consolidação de diretrizes da Política Nacional de Turismo, são o Programa de Desenvolvimento do Turismo na Região Nordeste (PRODETUR NE), abordado no item 3.1, e o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT).

O PNMT é lançado como parte do contexto de redemocratização do país, e dá início ao processo de construção do turismo, na esfera municipal, que serve de diretriz nacional para a política de turismo. De acordo com Beni (2006), o PNMT é elaborado com intuito de melhorar o produto turístico, o que seria conseguido pela descentralização e fortalecimento do planejamento turístico, em municípios, por meio da conscientização e da sensibilização dos habitantes quanto aos benefícios do turismo. Com ênfase no Desenvolvimento Integrado e Sustentável (DLIS), o PNMT segue o modelo de turismo sustentável, divulgado pela Organização Mundial do Turismo (OMT), conciliando atividade e modo pelo qual é gerida, com novas tendências mundiais do desenvolvimento sustentável. O PNMT assegura a qualidade de vida da comunidade, satisfação do turista e, ao mesmo tempo, qualidade do meio ambiente, de que dependem comunidade e turistas.

Araújo e Taschner (2012) dizem que o PNMT aspira paralelamente a reduzir desequilíbrios socioeconômicos regionais e elevar o bem-estar dos menos favorecidos, tendo como princípios descentralização, sustentabilidade, parcerias, mobilização e capacitação. Utiliza-se, pois, do discurso de descentralização de ações estatais e do enfoque participativo dos municípios, na cogestão de políticas públicas de turismo. É também concebido para dinamizar oportunidades de trabalho, emprego e renda, em âmbito municipal.

As ações do PNMT são focadas no município e habitantes, pois se acredita que os munícipes são os melhores conhecedores de atrativos turísticos do município a que pertencem. Com isso, a EMBRATUR transfere a responsabilidade de planejamento da atividade turística ao município. Trata-se de planejamento de “dentro para fora”, partindo do município. Sob essa perspectiva, o PNMT dota os municípios brasileiros de condições técnicas para criação de conselhos municipais, por meio dos quais as comunidades se incluem de forma participativa, no processo de gestão do Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo Sustentável. Na prática, o PNMT implanta o modelo de gestão da atividade turística, simplificado e uniformizado, a ser aplicado pelos estados e municípios, de maneira integrada, com maior eficiência e eficácia, de forma participativa. O PNMT é então considerado instrumento legal e referencial para os municípios que atuam no turismo.

Diferencia-se pelo formato de tomada de decisão. De acordo com Trentin e Fratucci (2011), o discurso implícito no programa é de inversão de processos decisórios, na gestão do turismo. Ao invés de a decisão partir do nível federal ao municipal, tradicionalmente realizado, a decisão passa a ser tomada do nível municipal para o federal.

No entanto, diferente de programas, por exemplo, PRODETUR, voltados à criação e modernização de infraestrutura, o PNMT é voltado para gestão, com ações

direcionadas à capacitação dos municípios interessados na atividade turística. Noia, Vieira Júnior e Kushano (2007) registram que o PNMT contempla elaboração de inventário da oferta turística municipal, criação de conselho e fundo municipal de turismo, capacitação de agente multiplicador, para reconhecer a importância do desenvolvimento econômico do município, e culmina com a formatação de plano de desenvolvimento, para que o município seja “batizado” com o selo de município turístico, após realização de todas as oficinas – sensibilização, capacitação e planejamento - e etapas do programa.

Fratucci (2008) destaca que, apesar de o PNMT prever a descentralização de gestão, o programa não prevê, a princípio, repasse financeiro direto. De tal modo, os municípios não são obrigados a aderir ao programa e, quando o fazem, recebem apenas repasse de tecnologia e de informações, com oficinas de planejamento participativo, baseadas em técnicas de dinâmica de grupo que misturam métodos, entre eles, Metaplan e ZOPP, planejamento orientado pelos objetivos, de origem alemã. Segundo Lopes (2006), no PNMT, o programa chega a treinar 27.483 brasileiros.

Pelas críticas, Beni (2003) considera que o PNMT peca por falta de informação, por não ter sido precedido de extensivo inventário da oferta turística, mas isso não tira o mérito do programa que conta com a adesão de aproximadamente dois mil municípios que adotam a metodologia do PNMT e causam significativas mudanças na conjuntura turística nacional, com resultados positivos. Anjos e Hens (2012) concordam que o Brasil apresenta mudança substancial, com atribuição de competência de gestão da atividade turística dos municípios. Entretanto verifica que:

A falta de relações políticas entre partidos municipais, estaduais e federais; a falta de informações mais específicas para gerenciar a atividade e o fato de que os municípios isolados de grandes centros não conseguiam aplicar o plano, foram motivos visíveis que causaram a descontinuidade do PNMT. Em verdade, não houve total descontinuidade, uma vez que, depois do PNMT, o discurso institucional do turismo foi fortalecido, houve a partir de então o reconhecimento de que era necessária uma nova estratégia política para gerenciar o setor, mas ainda com suporte na descentralização. Sendo assim, a nova proposta para o turismo surgiu, a partir de 2003, com foco nas regiões turísticas e posicionamento contínuo ao processo de descentralização do país (ANJOS; HENS, 2012, p.03).

A nova proposta a que os autores se referem é a regionalização do turismo, que traz mudanças de concepções entre esferas municipal e regional. Formulação e execução do PNMT servem de parâmetro para o Programa de Regionalização do Turismo, objeto de estudo desta dissertação, detalhado no item 3.4. De tal modo, não se pode falar do Programa de Regionalização, sem referência ao PNMT, que o antecede, e a que dá continuidade.

Como visto, o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) é parte da Política Nacional de Turismo (PNT) 1996-1999, considerada por Lopes (2006) conquista em termos de implantação e torna-se, de fato e de direito, primeiro planejamento estratégico do turismo em escala nacional. Na Política Nacional de Turismo (PNT) 1996-1999, o governo admite que a atividade turística combate desigualdades regionais, confere autonomia administrativa a municípios e estados, e adéqua ações políticas no aproveitamento de potencialidades de regiões.

Recente valorização do turismo, traduzida na implementação da Política Nacional de Turismo (PNT) 1996-1999, é resultado de fatores: crescente importância econômica da atividade turística, em nível mundial, traduzida na ascendente participação na composição do PIB mundial; necessidade de diversificação de atividades produtivas nacionais, como geração de divisa e emprego; e difusão do senso comum, no que se refere às potencialidades naturais turísticas do território nacional, principalmente de ecossistemas, como Pantanal, Amazônia e litoral, onde se enquadra o Nordeste turístico (CRUZ, 2001).

De acordo com Dias (2008), em balanço, no início do ano 2000, o governo considera encerrado com sucesso o ciclo de desenvolvimento do turismo que inicia com o estabelecimento da PNT, superadas as metas e o setor turístico contribuído com a geração de emprego e renda e com o desenvolvimento de regiões menos desenvolvidas do país. O PNMT fica ativo até 2002. Durante dois mandatos do Presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC), o PNMT se consolida como programa estratégico de governo, articulador de vários setores nacionais, Banco do Brasil, SEBRAE e Caixa Econômica Federal (TRENTI; FRATUCCI, 2011). Na reeleição de FHC, o turismo é novamente inserido no “Avança Brasil”, Plano Plurianual 2000-2003. Diz Lopes (2006) que a medida mantém o PNMT como principal modelo de planejamento e desenvolvimento turístico do país, responsável pela criação do Ministério dos Esportes e do Turismo, dando maior visibilidade política ao setor.

Ao final do Governo de Fernando Henrique Cardoso (FHC), dá-se o Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva do Turismo, em 2002, apontando soluções a problemas do turismo - burocracia do transporte fronteiro; má conservação da malha viária e falta de segurança de estradas; baixa ocupação da infraestrutura hoteleira implantada; marketing inadequado e restrito; falta de capacitação de pessoal de hotéis, bares e restaurantes -, com medidas de fomento ao turismo, sobretudo ações de estruturação de regiões turísticas, e assinatura do contrato de empréstimo para a segunda fase do PRODETUR, além de ações de melhoria da imagem do Brasil e ações de apoio e incentivo à Política Nacional de Turismo.

Nesse contexto, cria-se o ministério exclusivo do turismo, simbolizando amadurecimento da atividade turística em território nacional e relevância conferida pela gestão pública federal às questões relacionadas ao turismo brasileiro.

3.3 O MINISTÉRIO DO TURISMO E OS PLANOS NACIONAIS

Em 2003, o presidente da república³ cria ministério exclusivo de Turismo, cuja pasta, até então, esteve vinculada a atividades, como indústria e comércio. São atribuições do Ministério do Turismo (MTUR): elaborar política nacional de desenvolvimento do turismo; promover e divulgar o turismo nacional, no país e no exterior; estimular iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas; planejar, coordenar, supervisionar e avaliar planos e programas de incentivo ao turismo.

A criação do Ministério do Turismo é comemorada por organizações ligadas ao turismo, pela valorização da atividade que recebe novo *status*, conferindo importância e amadurecimento efetivo da atividade aos olhos da administração pública federal. Para os autores Sansolo e Cruz (2003), a criação do Ministério do Turismo, no Brasil, é paradoxal no sentido e importância da atividade para o governo:

de um lado, sugere que o setor está sendo elevado a um alto patamar de importância na administração pública; de outro, faz pensar que, pelo fato de o turismo ser um tema inexistente ou periférico nos ministérios que tem ingerência direta sobre seu desempenho, a administração pública federal vê como única alternativa para tentar reverter este quadro criar um Ministério só para ele (SANSOLO; CRUZ, 2003, p.3).

A criação de órgão isolado, responsável pela gestão do turismo, é questionada pelos autores, por ser a atividade turística multifacetada e transversal, não sendo indicador de desenvolvimento político. Serve de exemplo a bem-sucedida administração pública alemã que, ao invés de ter ministério exclusivo de turismo, compõe a Divisão de Política de Turismo, subordinada ao Ministério da Economia e do Trabalho. Com isso, as políticas de turismo alemãs estão em constante comunicação com políticas setoriais que tem relação com a atividade turística.

De todo modo, o Ministério do Turismo é criado, no Brasil, para atuar na formulação da política nacional de turismo, garantindo ampla participação de organismos públicos, privados e não governamentais; além de promover a descentralização da gestão pública do turismo, privilegiando as articulações e as parcerias, entre os governos federal, estadual e municipal, estimulando roteiros integrados e consórcios de cooperação.

³ Luís Inácio Lula da Silva

O Plano Nacional de Turismo 2003-2007 é lançado no mesmo ano da criação do Ministério do Turismo, com a proposta de consolidar o ministério como articulador do processo de integração de segmentos turísticos. Com base em diagnóstico da realidade turística, o documento orienta estados, municípios e governo federal quanto às atividades a implementar; direcionamento dos recursos e financiamentos; diretrizes e metas a serem alcançadas para crescimento do turismo, e ampliação do mercado turístico. Trata-se do primeiro documento de caráter generalizante voltado à organização e ao desenvolvimento do setor de turismo no Brasil. Cruz (2005) afirma que o plano dá continuidade às ações efetivas do Estado, na criação de condições materiais, sistema de engenharia, e de condições não materiais, normas, para o desenvolvimento do turismo.

O Plano Nacional de Turismo 2003-2007 volta-se ao incremento do turismo interno, reforça a política social e demonstra preocupação com a descentralização da gestão, para atingir, em última instância, o município, onde efetivamente o turismo acontece. Segundo Lanzarini e Barreto (2014), no documento, o discurso da sustentabilidade permeia territórios e imaginários de comunidades receptoras como alavanca social; regula a apropriação privada dos espaços de uso do turismo, com políticas públicas que teoricamente asseguram progresso e desenvolvimento socioeconômico. Como parte da política descentralizadora e participativa, os municípios são incentivados a criar conselhos municipais de turismo e a organizar consórcios, para formação de roteiros integrados, diversificação de oferta turística, a criar conjunto de produtos e completar o sistema de gestão do turismo nacional.

Assim, são objetivos gerais do Plano Nacional de Turismo 2003-2007: desenvolver produtos turísticos de qualidade, contemplando diversidades regionais, culturais e naturais; estimular e facilitar o consumo do produto turístico, nos mercados nacional e internacional; dar qualidade ao produto turístico; diversificar a oferta turística; estruturar destinos; ampliar e qualificar o mercado de trabalho; aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado internacional; ampliar o consumo do produto turístico no mercado nacional e aumentar a taxa de permanência e gasto médio do turista (BRASIL, 2003).

Para alcance do planejado, estabelecem-se sete macroprogramas, com definição de ações institucionais, no tocante à gestão de relações institucionais; fomento – programas de atração de investimentos e financiamento para o turismo; infraestrutura – programa de desenvolvimento regional e acessibilidade aérea, terrestre, marítima e fluvial; estruturação e diversificação da oferta turística, por meio do programa de roteiros integrados; qualidade do produto turístico, por meio da normatização e qualificação profissional; promoção e apoio à comercialização – para construção da imagem do Brasil como destino turístico moderno, com

credibilidade, alegre, jovem, hospitaleiro, capaz de proporcionar lazer de qualidade, novas experiências a visitantes, realizar negócios, eventos e incentivos; e informações turísticas – programa de base de dados, pesquisa de demanda e avaliação de impactos do turismo e oportunidades de investimentos, para dar suporte às tomadas de decisão de dirigentes públicos e privados do turismo; e decisões de investidores potenciais no setor.

De acordo com o plano, os macroprogramas são o resultado de contribuições de todas as entidades, instituições e empresas de porte nacional e representativas, no segmento turístico, ouvidas e manifestas. No entanto, Noia, Vieira Júnior e Kushano (2007) verificam que o plano não explicita a metodologia utilizada, nem faz constar, na lista de participantes, nenhum representante da área acadêmica ou de proteção a direitos do consumidor. Apesar disso, entre macroprogramas estabelecidos, destaca-se o de estruturação e diversificação da oferta turística, por meio do programa de roteiros integrados. O macroprograma constitui a principal estratégia do plano e traz consigo o Programa de Regionalização do Turismo, foco de análise desta dissertação.

Metas estabelecidas para o turismo do Brasil, no período de 2003 a 2007: criar condições para gerar 1.200.000 novos empregos e ocupações; aumentar para nove milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil; gerar oito bilhões de dólares em divisas; aumentar para 65 milhões chegadas de passageiros em voos domésticos; ampliar oferta turística brasileira, desenvolvendo, no mínimo, três produtos de qualidade, em cada Estado da Federação e Distrito Federal (BRASIL, 2003). Em parte, isso foi realizado, mas Noia, Vieira Júnior e Kushano (2007) criticam as metas estabelecidas pelo plano. Consideram-nas desajustadas por serem otimistas para a realidade econômica mundial e brasileira do período. Por seu intermédio, constata-se visão niilista dos que o elaboraram. Os autores destacam a não delimitação de responsabilidades da iniciativa privada e governos em ações, como oferta de novos produtos, fortalecimento de segmentos turísticos, normatização da atividade, capacitação profissionais, entre outros.

Diz Cruz (2005) que o plano evidencia território negligenciado, ofuscado pela visão econômica e economicista da atividade turística. Na opinião da autora, o que está nas entrelinhas do plano é a redução do espaço à condição de mercadoria, cuja transformação em produto de consumo requer decisiva participação do Estado. Além disso,

soma-se à clara e inaceitável negligência com o território, o insustentável discurso da diminuição das desigualdades regionais, como se o turismo, uma atividade setorial, fosse capaz de reverter, por si, uma realidade histórica e estruturalmente concebida, expropriadora, excludente e espacialmente seletiva, típica do modo de produção a que estamos todos submetidos. O turismo assim concebido soa ser mais uma forma de fragmentação do espaço já profundamente fragmentado por tantas e

tão distintas formas de apropriação. Reduzido ao mercado, vê-se submetido à consagração dos enclaves e das bolhas. Neste caso, as desigualdades regionais tendem a aprofundar-se ao invés de dissiparem-se (CRUZ, 2005, p.9).

Sansolo e Cruz (2003) criticam o plano, desde a mensagem introdutória, quando o presidente da república menciona vocação nacional para o turismo, indicando que o Brasil teria condições de cativar visitantes. Os autores discordam e consideram que o turismo não é questão vocacional, mas resultado de construção cultural. O turismo, como produto, é fruto de condições decorrentes de relações entre cultura, mercado e políticas públicas que proporcionam o desenvolvimento da atividade. Dizem os críticos que o discurso gera uma espécie de crença generalizada de que o Brasil dispõe naturalmente de condições de destaque no ranking internacional de destino turístico quando, na verdade, o posicionamento depende de ações internas e de externalidades sobre as quais não se tem possibilidade de gerência. O teor da mensagem contribui para repetida ideia de que o turismo é a salvação da pátria, risco em que o plano não pode incorrer.

Defende Coriolano (2006) que sujeitos produtores do turismo possuem diferentes ideologias que sustentam políticas, estratégias e posturas diferenciadas, diante do fenômeno, perceptíveis em discursos e práticas. Para grupos sociais, por exemplo, o turismo representa atividade redentora, salvadora da pátria, outros tem-na ação devastadora da natureza, comprometedora da sociedade ou meramente econômica, diferente dos que a percebem atividade essencialmente cultural. Por um ângulo, é entendida como atividade concentradora de renda, ao contrário dos que a defendem como atividade distribuidora de emprego e ganho.

Lanzarini (2006) concorda que não se pode pensar turismo como salvação do mundo. É que não está, na lógica turística, resolver problemas de distribuição de renda e desemprego, nem tampouco acabar de vez com tensões sociais da sociedade moderna. É ingenuidade idealizar a atividade turística como promotora do desenvolvimento social ou caracterizá-la como predatória ou destruidora de espaços que consome. Na opinião do autor, a atividade turística é, antes de tudo, ambígua, pois, ao tempo que promove riqueza, emprego e melhoria de vida, produz pobreza, exclusão social e fragmentação do espaço, por mais que, no discurso, pregue inclusão social e integração de destinos.

O turismo é atividade capaz de promover benefícios, mas somente quando em base de processo lento, gradual e planejado. Assim, de acordo com Sansolo e Cruz (2003), o que se deve fazer é enfatizar o modelo do turismo que se deseja desenvolver e envolver setores da administração pública, sobretudo as políticas globais, econômica e sociais.

Metas alcançadas e resultados do Plano Nacional de Turismo 2003-2007 servem de base para que algumas questões sejam repensadas e reformuladas. A partir daí, foi elaborado o Plano Nacional de Turismo 2007-2010. O Plano Nacional de Turismo 2003-2007 deixa o legado da criação de inúmeros empregos diretos, do aumento do consumo de viagens de baixa temporada, do aumento da entrada de divisas estrangeiras e investimentos públicos, diversifica a oferta turística brasileira. No entanto, balanço retroativo do Plano Nacional de Turismo 2007-2010 revela que metas do plano anterior não são plenamente alcançadas. Cita-se que o ano de 2006 registra chegada de cinco milhões de turistas estrangeiros, que representa quatro milhões aquém da meta estipulada; gera 4,3 bilhões de dólares em divisas, ao invés de oito bilhões de dólares esperados; a chegada de 46 milhões de passageiros em voos domésticos, contra 65 milhões estimados; e criação de 890 mil empregos formais, ante 1,2 milhão estipulado (ARAÚJO, 2012).

O Plano Nacional de Turismo 2007-2010 é mais que carta de intenções: é instrumento de ação estratégica, planejamento e gestão, que tem o turismo como atividade indutora de desenvolvimento e geração de emprego e renda, com a missão de apresentar a política nacional de turismo consolidada e sistemática, dando continuidade às ações desenvolvidas até então pelo Ministério do Turismo e pela EMBRATUR. Quanto a isso, Araújo (2012) observa que o Plano Nacional de Turismo 2007-2010 não apenas abrange ações do plano anterior, dando-lhe continuidade, o que é considerado fato raro, em se tratando de políticas públicas brasileiras, como também as revigora, dando relevância e aprofundamento à política adotada e implementada, entre os anos 2003 e 2006.

O plano traz como prioridade o fortalecimento do mercado interno, alcançável pelas vias de produção, com a criação de novos postos de trabalho, ocupação e renda; e de consumo, com a absorção de novos turistas do mercado interno (BRASIL, 2007). Nesse sentido, indicam-se os objetivos: desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando diversidades regionais, culturais e naturais; promover o turismo como ator de inclusão social, por meio da geração do trabalho e renda e pela inclusão da atividade na pauta de consumo dos brasileiros; fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro, nos mercados nacional e internacional, e atrair divisas para o País.

Para Lanzarini e Barreto (2014), o Plano Nacional de Turismo 2007-2010, como política de integração regional, traz a proposta de criar novos espaços e arranjos produtivos locais para atrair público maior, com a produção de territórios turísticos abrangentes e ampliação da diversidade de oferta de lugares com atividade turística incipiente. O setor turístico compõe o cenário do desenvolvimento nacional, abrindo-se para o mercado global e

expandindo as fronteiras socioculturais e econômicas, com internacionalização de territórios. De modo inédito, conforme apontam Kanitz, Trigueiro e Araújo (2010), o plano trata de assuntos não previstos anteriormente, tais como a questão da acessibilidade a portadores de necessidades especiais, com modificações importantes em seu corpo metodológico, e melhor adequação das metas à realidade brasileira.

São metas do Plano Nacional de Turismo 2007-2010: realização de 217 milhões de viagens no mercado interno; criação de 1,7 milhão de novos empregos e ocupações; estruturação de 65 destinos turísticos, em padrão de qualidade internacional e geração de 7,7 bilhões de dólares em divisas. De acordo com o documento, as metas apontam na direção de crescimento sólido do turismo (BRASIL, 2007a). Ressalta-se que a meta relativa ao desenvolvimento dos produtos turísticos de qualidade passa por adequação conceitual, pois, para o período compreendido de 2007 a 2010, o plano propõe enfatizar ações, em destinos turísticos selecionados, de modo a se constituírem indutores do desenvolvimento do turismo regional e da roteirização turística, gerando modelos para segmentos turísticos e referências de sucesso para demais destinos turísticos brasileiros, conforme mapeamento apresentado pelo Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros.

Para atendimento de metas propostas, macroprogramas se estruturam e se definem como desdobramentos temáticos, construídos para resolver problemas e obstáculos que impedem o crescimento do turismo no Brasil. Organizam-se em três grupos de atividades relacionadas às temáticas de formulação e implementação da Política Nacional de Turismo; estabelecimento de referências básicas à territorialidade turística do país; ações e atividades finalísticas e de suporte, conforme distribuição a seguir:

- Relacionados à formulação e à implementação da Política Nacional de Turismo, tem-se o Macroprograma de “Planejamento e Gestão”, com programas de implementação e descentralização, bem como avaliação e monitoramento; Macroprograma “Informações e Estudos Turísticos” que contempla a formação de banco de indicadores de turismo e fomento à competitividade; e Macroprograma “Logística de Transportes”, com programa de ampliação da malha aérea internacional, integração da América do Sul e integração modal.
- Relacionado ao estabelecimento de referências básicas, sobre territorialidade turística do país, está o Macroprograma “Regionalização Turística”, em interação com os programas de apoio e financiamento do desenvolvimento regional – Prodetur e Proecotur (Programa de Desenvolvimento do Turismo na Amazônia).

- Relacionados às ações e atividades finalísticas e de suporte, Macroprograma “Fomento à Iniciativa Privada”, com captação e estímulo a investimentos nacional e internacional, além da concessão de linhas de crédito; Macroprograma “Infraestrutura Pública”, por meio de ações de apoio à implantação de equipamentos de infraestrutura; Macroprograma “Qualificação de equipamentos e serviços turísticos”, por meio de programas de normatização, certificação e qualificação profissional e Macroprograma “Promoção e Apoio à Comercialização” nacional e internacional.

Entre os macroprogramas, destaca-se “Regionalização Turística”, que confere novo *status* à regionalização do turismo, elevado à condição de macroprograma. A regionalização constitui base territorial do Plano Nacional de Turismo 2007-2010, com os programas: Programa de Planejamento e Gestão da Regionalização; Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos; Programa de Estruturação da Produção Associada ao Turismo; e Programa de Apoio ao Desenvolvimento Regional do Turismo.

O Macroprograma de Regionalização utiliza-se da lógica de organizar o setor e deixa claro o papel norteador do Prodetur, como agente de financiamento e provisão de infraestrutura. Nesse plano, o Prodetur Nordeste avança para Prodetur Nacional, ao sair do escopo do Nordeste, e busca crédito no BID para execução da fase do Prodetur Nordeste e desenvolvimento do Prodetur Sul - Mato Grosso do Sul, Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina -, Prodetur JK - Centro-Oeste e parte do Sudeste-, e Proecotur - Amazônia Legal. O Programa de Regionalização do Turismo contempla 200 regiões turísticas, 3.819 municípios e dá nova configuração territorial à atividade turística, com a formação do que Cruz (2007) denomina de territórios-rede, conectando polos emissores e receptores. O foco de análise da dissertação contempla o Programa de Regionalização (item 3.4).

A partir de 2011, a política nacional prioriza investimento em melhoria de infraestrutura de acesso e esportiva, a fim de que o País possa sediar megaeventos, inclusive os maiores eventos esportivos do mundo: Copa das Confederações, em 2013; Copa do Mundo FIFA, em 2014; Olimpíadas e Paralimpíadas do Rio de Janeiro, em 2016. Para isso, planos e projetos são trabalhados pelo Ministério do Turismo, com ações de capacitação e aperfeiçoamento de recursos humanos e infraestrutura urbana, com o Plano de Aceleração do Crescimento (PAC); além de ações de marketing nacional e internacional, por meio do Plano Cores do Brasil e do Plano Aquarela, respectivamente. Espera-se, assim, criar condições necessárias para que tais eventos consolidem o Brasil como destino turístico mundial. Preparação de eventos constitui, ao mesmo tempo, desafio e oportunidade de consolidação e reconhecimento do turismo como fator de desenvolvimento socioeconômico para o País, e

construção do novo patamar de qualidade dos territórios e da rede de cidades, particularmente no que se refere à acessibilidade e à mobilidade urbana.

O Plano Nacional de Turismo, lançado em meados de 2013, com vigência até 2016, traz o *slogan* “O turismo fazendo muito mais pelo Brasil”. A base para elaboração do plano é o Documento Referencial “Turismo no Brasil 2011-2014”. No âmbito de gestão, as diretrizes que norteiam o desenvolvimento do turismo brasileiro são geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; participação e diálogo com a sociedade; incentivo à inovação e ao conhecimento; e regionalização, como abordagem territorial e institucional para planejamento. As ações preparam o turismo brasileiro para sediar megaeventos - que antecipam e priorizam investimentos em desenvolvimento de infraestrutura básica e turística, com a construção e reforma de arenas, portos, aeroportos; incremento à geração de divisas e chegada de turistas estrangeiros; incentivo ao brasileiro a viajar pelo Brasil, apostando, assim, na força de mercado interno para crescimento do setor turístico, melhorando a qualidade e aumentando a competitividade do turismo brasileiro.

Nesse sentido, são estabelecidas as seguintes metas: aumentar para 7,9 milhões chegadas de turistas estrangeiros ao país; aumentar para US\$10,8 bilhões a receita, com o turismo internacional, até 2016; aumentar para 250 milhões o número de viagens domésticas até 2016; elevar para 70 pontos o índice médio de competitividade turística nacional, até 2016; aumentar para 3,6 milhões ocupações formais do setor de turismo, até 2016 (BRASIL, 2013).

O documento reitera mensagem de ampliação do foco em megaeventos e de fortalecimento do papel do Ministério do Turismo, como indutor do turismo brasileiro, com inclusão do conceito de sustentabilidade, que, até então, ocupava posição periférica, na estratégia de turismo do Brasil. Nas palavras do então ministro do turismo⁴, o Brasil,

Embora detenha um quinto das espécies da Terra e 67 parques nacionais abertos à visitação, sendo, por isso, considerado, pelo Fórum Econômico Mundial, a maior potência do planeta em recursos naturais, jamais teve uma política de turismo em áreas protegidas. Estamos trabalhando com o Ministério do Meio Ambiente para mudar essa realidade, na intenção de preservar e divulgar a natureza do país, gerando renda para as populações que habitam os arredores dos nossos parques (BRASIL, 2013, p.7).

O plano amplia a participação de estados e municípios, na formulação de políticas de turismo, por meio do Programa de Regionalização do Turismo, com elaboração de diagnóstico completo das potencialidades e problemas das regiões turísticas do país, para ajudar as cidades no posicionamento de destino competitivo.

⁴ Gastão Dias Vieira.

De acordo com o plano, o maior desafio diz respeito à plena inclusão social de mais de 40 milhões de pessoas que ascendem à classe média, na última década (BRASIL, 2013). O aumento do poder aquisitivo significa que parcela expressiva da população passa a ter acesso ao consumo, o que, associado ao aumento de expectativa de vida, faz com que quantidade maior de idosos tenha desejo de viajar. Com base no pressuposto, o plano cria políticas de incentivo, por meio de programas de viagem de baixa temporada, por exemplo, Viaja Mais Melhor Idade, Viaja Mais Jovem e Viaja Mais Trabalhador. Os programas buscam consolidar o Brasil como destino turístico preferencial de brasileiros (BRASIL, 2013). Contudo, não alcançam consolidação desejada.

Em 2017, na falta de novo plano, e em meio ao cenário de instabilidade política e econômica do período, é lançado o "Brasil + Turismo", pacote de medidas do governo federal para fortalecimento do turismo brasileiro, com metas ambiciosas de aumento do número de turistas internacionais de 6,6 milhões em 2016, para 12 milhões em 2022. Em consequência, elevação de receita proveniente de visitantes, de US\$6 bilhões para US\$19 bilhões, no mesmo período, com potencial para gerar até seis milhões de empregos. De acordo com o documento, a ideia é contribuir decisivamente para inserir 40 milhões de brasileiros no mercado consumidor de viagem até 2022, conforme plano anterior. No Brasil + Turismo, são definidas medidas para impulsionar o turismo:

- Emissão de visto eletrônico: proposta do Ministério do Turismo ao Ministério das Relações Exteriores, para aplicação a países estratégicos, como Canadá, Austrália, Japão e Estados Unidos, grandes emissores de turistas internacionais com alto poder aquisitivo. A medida tem intuito de tornar prático e rápido o processo de emissão de visto, a ser realizado via *web* ou aplicativo, em 48 horas, adotada com sucesso nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, beneficiando 74% dos 163 mil turistas, cujos gastos, no período dos eventos, atingem a marca dos US\$167 milhões. Mais de 85% dos turistas admitem que a manutenção do benefício facilita o retorno ao país.
- Ampliação da conectividade aérea: alteração do Código Brasileiro de Aeronáutica para permitir abertura de 100% do capital das empresas aéreas brasileiras ao investimento estrangeiro, para dinamizar o setor aéreo, criar novas rotas, aumentar a competitividade, número de voos e de turistas dentro do país, além de ampliação da malha aérea regional, para possibilitar deslocamento de visitantes nacionais e internacionais.
- Modernização do modelo de gestão da Embratur: propõe-se mudança da natureza jurídica de autarquia para Serviço Social Autônomo e do nome da instituição, que

passa a ser Embratur – Agência Brasileira de Promoção do Turismo. A medida tem o objetivo de fazer a Embratur competitiva, no mercado turístico internacional; receber recursos privados para desenvolvimento de projetos de interesse comum, com menor burocracia e modernização da gestão de pessoal, mantendo estrutura física e quadro de pessoal no exterior. Para o financiamento da nova versão da Embratur, é prevista a destinação de percentual da arrecadação bruta dos concursos de prognósticos e loterias federais ou similares, com realização sujeita à autorização federal, deduzindo-se o valor do montante destinado a prêmios. Além de recursos, há possibilidade de constituir receita da Embratur com recursos transferidos de dotações consignadas do Orçamento Fiscal e da Seguridade Social.

- Modernização da Lei Geral do Turismo (LGT): tem o objetivo de adequar a legislação brasileira à dinâmica atual da atividade turística, com desburocratização dos processos e integração com a iniciativa privada. A medida prevê o envio ao Congresso Nacional, de 118 propostas de alteração da Lei Geral do Turismo. O texto atualiza os objetivos do Plano Nacional do Turismo, incluindo promoção do turismo social, incentivo à produção associada ao turismo como forma de inclusão, diversificação da oferta turística, fortalecimento da gestão descentralizada e da regionalização do turismo. Também está previsto o fortalecimento de parcerias público-privadas, com ampliação de investimento e compartilhamento de custos com a iniciativa privada para realizar projetos de infraestrutura, promoção e qualificação. Estão previstos inclusão de albergues e *hostels* no conceito de hospedagem e reconhecimento de cruzeiros como prestadores de serviços turísticos. A lei caracteriza como profissionais do turismo atividades regulamentadas e reconhecidas do setor, como guias de turismo e turismólogos. A proposta inclui atribuição ao poder público federal de criação de Áreas Especiais de Interesse Turísticos (AEIT), territórios priorizados, objetivando facilitar a atração de investimento.
- Melhor aproveitamento de áreas da União: medida prevê cessão de áreas da União ao Ministério do Turismo, em locais com potencial para o desenvolvimento do turismo, para fins de gestão, regularização e concessão. Cabe ao Ministério do Turismo adotar ações e regularizar áreas; autorizar a formalização dos contratos de concessão e proporcionar meios e condições ao desenvolvimento do potencial turístico de áreas entregues. O Ministério do Turismo define tipos de empreendimento turístico, em áreas selecionadas, levando em conta potencial e vocação econômica turística da área.

- Qualificação profissional: medida objetiva intensificar programas e parcerias, na qualificação de jovens e adultos para melhor atender ao turista. Ao todo, são três iniciativas de qualificação do Brasil + Turismo: presencial, voltada para jovens do ensino médio, com 10 mil vagas, mediante parceria com o Ministério da Educação – MedioTec; *online*, para profissionais da linha de frente, em atendimento ao turista; qualificação internacional de 120 alunos de cursos técnicos e de graduação de instituições públicas e privadas, com três meses de treinamento, no Reino Unido.
- Atualização do Mapa do Turismo Brasileiro: atualização, a cada dois anos, do mapa para que os municípios se organizem e os recursos federais sejam direcionados às regiões realmente vocacionadas ao turismo. Em 2016, eram 2.175 cidades, em 291 regiões. Na última atualização divulgada pelo Ministério do Turismo, em 14 de setembro de 2017, o país registra 3.285 municípios turísticos, em 328 regiões turísticas (MTUR, 2017a).
- Fortalecimento dos órgãos estaduais de Turismo: prevê o repasse de R\$5,4 milhões para órgãos estaduais de turismo, com o objetivo de estruturar regiões turísticas. Os recursos destinam-se a elaboração de projetos executivos, planos de desenvolvimento integrado do turismo sustentável e de marketing, entre outros. A medida é reforço para órgãos estaduais realizarem papel de estimulador, apoiador e orientador das regiões turísticas, além de fortalecer o modelo da gestão descentralizada do turismo para implantação da Política Nacional do Turismo.
- Parceria com a Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT): intensificar a fiscalização do transporte turístico, em rodovias, em acordos de cooperação técnica com a ANTT. A ideia é de que o órgão utilize rotinas de fiscalização para verificar se prestadores de transporte turístico estão devidamente cadastrados no Cadastur, do Ministério do Turismo. A iniciativa possibilita ação integrada, no compartilhamento de dados estatísticos, auxiliando a criação de políticas públicas do setor, pelo mapeamento do fluxo turístico terrestre, nos principais destinos.
- Parques Temáticos: adequação do conceito de parques temáticos na Lei Geral do Turismo (LGT), decretos e portarias relacionadas. Com a mudança, receitas decorrentes de prestação de qualquer do parque poderão ser abrangidas pelo regime de incidência cumulativa da contribuição para PIS/Pasep e Cofins.

Assim, é lançado “Brasil + Turismo”, sem previsão de lançamento do próximo plano, para continuidade do Plano Nacional de Turismo 2013-2016. Ressalta-se que, a cada

plano, o Ministério do Turismo apresenta diagnóstico, com resultados do turismo, no Brasil, relativos ao período anterior, estabelecendo novas metas para o subsequente. Devido à falta de novo plano, não existem dados do resultado dos anos de 2013 a 2016. Trata-se de período de descontinuidade de planos nacionais, quando o direcionamento de políticas nacionais de turismo é reduzido a pacote de ações acima elencadas. O hiato atribui-se ao cenário de instabilidade política e econômica do período.

Em análise sobre políticas públicas brasileiras, Cooper, Hall e Trigo (2011) observam que, nos últimos anos, ocorre transformação substancial do papel do governo, em geral, e do turismo em particular. Por meio de políticas públicas, o governo assume o papel de coordenador da atividade turística e reúne partes interessadas no turismo, em prol de alvos comuns, otimizando recursos de órgãos governamentais e da iniciativa privada, com estratégias turísticas eficazes. Segundo Dias (2008), é de fato o setor público que orienta demais segmentos envolvidos com a atividade turística, principalmente iniciativa privada, na execução de projetos. É o setor público que se propõe a avaliar o impacto de ações na comunidade e garantir a participação de diferentes setores, no processo de planejamento.

Araújo e César (2012) analisam a trajetória das políticas nacionais de turismo e observam clara intenção de orientarem o setor, possibilitando ações estratégicas, para alcance de padrão de desenvolvimento coordenado e de interação entre segmentos e atores nacionais e internacionais. Para os autores, é notável o esforço de racionalizar condução e gestão pública da atividade turística brasileira, pela crença de que o arcabouço institucional organizado, profissional e especializado alavanque o processo, com eliminação de entraves e atingimento de metas estabelecidas. Ao longo dos anos, a tendência é realizar planejamentos mais estruturados da atividade turística, a fim de estimular conexões, entre as regiões, e de melhorar a regulamentação do setor, por meio da elaboração de orientação legal, para incremento do controle do Estado sobre o mercado turístico.

Apesar de avanços, a estrutura legal da atividade turística é falha, na opinião de Araújo (2012). Entre limitações, está o fato de não abranger temas de planejamento e ordenamento territorial, necessários para direcionar melhor a expansão da atividade, sobretudo quanto à instalação de empreendimentos hoteleiros, de modo a estabelecer zonas de urbanização turística. A autora reconhece o avanço no tratamento da atividade, com estabelecimento de metas e estratégias para estruturação do setor. Em face de indicativos de real intenção de estruturação do turismo, considera-se positivo o cenário da atividade turística nacional.

À análise dos fundamentos teóricos de políticas públicas de turismo, Souza (2013) observa constantes expressões: descentralização da atividade, de acordo com a realidade brasileira; oportunidade de os municípios se autodesenvolverem; parceria entre poder público, iniciativa privada e comunidade; redução de desigualdades regionais e polos regionais. Na visão da autora, questões, por vezes, abordadas como problemas, devem ser tratadas como potencialidades, ao considerar dimensões continentais do Brasil, formado de regiões distintas econômica, social e culturalmente.

Diz-se que o turismo, mesmo em contradição, torna-se atividade econômica estratégica para o desenvolvimento. A atividade turística é mola propulsora da economia que, associada a outras atividades, faz possível melhoria de bem-estar social. Para Souza (2013), o turismo é alternativa viável no incremento de oferta de emprego e qualificação de profissionais; gera imposto, cria, melhora e amplia a infraestrutura básica e de turismo de áreas com potencial turístico; aumenta a oferta de serviços de apoio, saúde, comunicação e segurança. Ações de incentivo a viagem pelo Brasil permitem redução de gastos no exterior, com o câmbio valorizado; e aumenta a receita cambial gerada, tornando a atividade quinto produto da balança comercial brasileira, em 2006. Assim, por meio de políticas públicas, o Estado encontra formas de inclusão, estimula a participação de comunidades e interfere na dinamização da economia.

Lanzarini e Barreto (2014, p.199), no entanto, criticam políticas de turismo brasileiras, sempre marcadas pelas "relações desconexas dos planos econômicos instaurados no país, num movimento quase inexistente até 1990". Os autores consideram que, mesmo com planos econômicos posteriores, instaurados pelo planejamento governamental, a atividade turística sempre foi negligenciada, marginalizada ao crescimento e obtenção do lucro, secundária a qualquer outra forma de ganho. A exemplo do Brasil, o Nordeste faz crescer o turismo pelo potencial de agregação econômica.

Ademais, Paiva (2014) critica a integração de atores que compõem o *trade* turístico, insuficiente, o que contribui para que políticas públicas direcionadas ao setor não se processem de maneira satisfatória. Em contrapartida, admite-se que recentes políticas públicas de turismo tenham dado nova dimensão ao turismo regional, por incorporar outros modos de fazer planejamento, e por exigir novos arranjos organizacionais e posturas diferenciadas dos atores. Nesse contexto, a política de regionalização de turismo se consolida, estruturante e transversal, no âmbito das políticas públicas de turismo do Brasil.

3.4 O PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO

O Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil - é lançado, a princípio, como parte do Plano Nacional de Turismo 2003-2007, integrando o Macroprograma de “Estruturação e diversificação da oferta turística”. Diagnóstico para elaboração do plano caracteriza a oferta turística, pela baixa qualidade e pela pouca diversidade, com promoção de poucos destinos, em áreas pontuais. Os produtos ofertados não contemplam a pluralidade cultural e diversidade regional. O posto para comercialização, nos mercados nacional e internacional, não passa de restrito número de ofertas, em algumas regiões brasileiras.

De acordo com o diagnóstico do Programa, falta articulação, entre setores governamentais, e as políticas são desencontradas, com poucos recursos. Ações se sobrepõem ou não estão direcionadas ao alcance de objetivos comuns. Não articulação também se faz presente entre setores público e privado, com agravamento de problemas relacionados, entre outros, à deficiência crônica de gestão e operacionalização da infraestrutura básica e turística, geração de dados, informações e pesquisas turísticas, insuficiência de recursos, falta de estratégia e articulação na promoção e comercialização do produto turístico.

No discurso, o Programa de Regionalização indica posturas inovadoras, de mudanças de relacionamento, entre esferas do poder público e da sociedade civil, quanto à negociação, acordo, planejamento e organização social, requerendo cooperação em parcerias. A regionalização propõe nova perspectiva ao turismo, por meio de gestão descentralizada, estruturada em princípios de flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional. Tem missão de desconcentrar oferta turística, localizada predominantemente no litoral; de fortalecer regiões, criando roteiros, propiciando a interiorização da atividade turística e a inclusão de novos destinos em roteiros comercializados, nos mercados interno e externo.

Na prática, o Programa de Regionalização propõe ampliação de ações, antes centradas nos municípios, para o nível regional, atendendo a orientações da Organização Mundial do Turismo (OMT), no que se refere ao planejamento estratégico regional. A OMT sinaliza tendência de estruturação do turismo em regiões, com valorização dos municípios, que trabalhem e cresçam de forma conjunta, agregando valor ao potencial turístico existente.

Na regionalização do turismo, procede-se ao mapeamento do território, a fim de definir áreas a serem turistificadas e áreas que permanecem realizando atividades tradicionais, como agricultura e pesca de subsistência. Nesse sentido, em 2004, é apresentado ao País, o

Mapa da Regionalização, composto por 219 regiões turísticas, contemplando 3.203 municípios (BRASIL, 2007a). De acordo com o Ministério do Turismo,

a regionalização, proposta como política de turismo significa olhar além do município, para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização integrada e compartilhada. Propõe-se olhar a região, e não mais o município isolado. Essa visão se alinha a tendências internacionais que buscam um maior aproveitamento dos recursos financeiros, técnicos e humanos a fim de que se possam criar condições e oportunidades para revelar e estruturar novos destinos turísticos, qualificados e competitivos (BRASIL, 2007b, p. 12)

A proposta de regionalizar parte de observação do fenômeno que, de acordo com o Ministério do Turismo, acontece em diferentes níveis de organização, com resultados distintos. Roteiros turísticos extrapolam fronteiras municipais, até estaduais, levando alguns estados a desenvolver políticas, utilizando-se como unidade de estruturação polos, circuitos e zonas turísticas. Constata-se, assim, que integrar municípios, em região turística, é forma de incluir, no processo de desenvolvimento turístico, municípios que sempre ficam à margem da implementação de políticas públicas, pois, por meio do desenvolvimento regional, os municípios se beneficiam, de alguma forma, da atividade turística. O Programa de Regionalização dá continuidade às políticas e ações, ampliando-as para enfoque regional, sem pretensão de “estabelecer padrões ou modelos inflexíveis e incentivando a participação de agentes locais e a criatividade em cada região turística” (BRASIL, 2007b). Assim, o Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil propõe o desenvolvimento da atividade turística de forma regionalizada, com ênfase no planejamento coordenado e participativo.

Para tanto, adota-se o conceito de região turística como referência espacial, em que se inserem os produtos turísticos. De acordo com o Ministério do Turismo, “uma região turística é o espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares ou complementares, capazes de ser articuladas e definir um território” (BRASIL, 2007b). A região turística ultrapassa limites geopolíticos preestabelecidos, constituída por municípios de um ou mais estados ou de um ou mais países. Regionalizar, no entanto, não é simples ato de agrupar municípios, com relativa proximidade e similaridade, porém é ato de construir ambiente democrático, harmônico e participativo, entre poderes públicos, iniciativas privadas, terceiro setor e comunidades, com integração e cooperação intersetorial, com vistas à sinergia na atuação conjunta, entre envolvidos, direta e indiretamente, na atividade turística de determinada localidade (BRASIL, 2007c).

Pereira Júnior (2008), em análise, elabora periodização das políticas públicas de turismo no Brasil, e indica que, até o ano de 2003, a unidade espacial de referência era o

município com oferta turística concentrada e pouco diversificada - 378 municípios turísticos e 1.465 municípios com potencial turístico - e fraca atuação governamental, na promoção e comercialização de destinos. No entanto, entre os anos de 2003 e 2007, a região, formada pela construção de rede de arranjos produtivos, entre municípios, passou a ser unidade espacial de atuação, com fortalecimento de destinos-polos, descentralização de fóruns de decisão, foco mercadológico e participação na construção e ordenamento de propostas de regionalização.

A técnica indicada pelo Ministério do Turismo, para alcance da regionalização proposta, é a roteirização turística, ou seja, por meio de roteiros, como forma de organizar e integrar a oferta turística, conectando municípios e localidades com potencial turístico, gerando produtos rentáveis e comercialmente viáveis. A roteirização tem a finalidade de conferir realidade turística a atrativos até então dispersos, fortalecendo a cadeia produtiva da região. Região turística pode conter uma ou várias rotas e um ou vários roteiros.

Conforme orientação do Ministério do Turismo, a roteirização de destinos é voltada para a construção de parcerias, integração, cooperação e comprometimento entre atores, adensamento de negócios, resgate e preservação de valores socioculturais e ambientais da região, como forma de integração da oferta turística. A responsabilidade pela elaboração e estruturação de roteiros, no entanto, é da iniciativa privada, cabendo ao Ministério do Turismo, via Programa de Regionalização, o papel de indução do processo. Em estratégia de integração regional, o programa apoia projetos de valorização e inclusão social, no desenvolvimento do turismo, com intuito de promover inserção socioeconômica da população, nas atividades de turismo.

Assim, a regionalização do turismo é estratégia para estruturação, ordenamento e diversificação da oferta turística no País, constituindo-se na base territorial do Plano Nacional de Turismo. O programa assimila a noção de território como espaço de operação de atividades. Incorpora também o ordenamento de Arranjos Produtivos Locais (APLs), pela capacidade de criar vínculos de parceria e integração, gerar produtos e serviços que incluem unidades produtivas, formais e informais, micro e pequenas empresas, com oportunidade de emprego e renda.

Para desenvolvimento de regiões turísticas, o Ministério do Turismo elabora documentos técnico-orientadores, informando passos para a formação de redes e turismo. Por meio dos documentos, cada região identifica o estágio de desenvolvimento em que se encontra e, a partir daí, implementa diretrizes de regionalização. A metodologia do Programa de Regionalização do Turismo contempla os seguintes Módulos Operacionais: Sensibilização; Mobilização; Instância de Governança; Elaboração de Plano Estratégico de Desenvolvimento

do Turismo Regional; Implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo; Sistema de Informações Turísticas do Programa; Roteirização Turística; Promoção e Apoio a Comercialização; Sistema de Monitoramento e Avaliação do Programa.

De acordo com o Ministério do Turismo, o cumprimento das diretrizes conduz à integração e cooperação entre municípios; ampliação e qualificação do mercado de trabalho, aumento do tempo de permanência e do gasto médio do turista na região. Acredita ser possível melhor distribuição de renda, bem como possibilitar inclusão social e participação no planejamento regional dos municípios, inserindo-os no processo de desenvolvimento de potencialidades, peculiaridades e capacidade produtiva (BRASIL, 2007b).

Em 2005, após realização do 1º Salão do Turismo, estados brasileiros e Distrito Federal identificam a necessidade de reorganizar a oferta nacional e, em 2006, o Mapa da Regionalização apresenta 200 regiões turísticas, com 3.819 municípios. Destacam-se 149 regiões, com 396 roteiros, perpassando 1027 municípios, apresentados no 2º Salão do Turismo. Entre roteiros, 87 são selecionados, correspondendo a 116 regiões e 474 municípios, para serem trabalhados e elevados ao padrão de qualidade internacional.

Com o lançamento do Plano Nacional de Turismo 2007-2010, o Programa de Regionalização, definido como Macroprograma, reafirma a orientação de regionalizar o turismo no Brasil, conferindo-lhe maior notoriedade e consolidando-o como estruturante e transversal. A partir de então, é ele quem orienta os demais programas (BRASIL, 2007a). O Macroprograma de Regionalização apresenta-se com quatro programas (Figura 2):

Figura 2 – Programas do Macroprograma Regionalização do Turismo



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

- Programa de Planejamento e Gestão da Regionalização: integra ações de planejamento de regiões turísticas, cuja atuação efetiva se dá por meio da institucionalização de instâncias de governança regionais, na formação de redes, monitoria e avaliação do processo de regionalização, em âmbitos municipal, estadual e nacional, com destaque de ações integradas com países vizinhos.
- Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos: por meio do qual a segmentação turística é utilizada como estratégia para estruturar produtos e consolidar roteiros e destinos, pelos elementos de identidade de cada região.
- Programa de Estruturação da Produção Associada ao Turismo: com o objetivo de identificar produtos associados ao turismo, artesanal, industrial, comercial e de serviços, como forma de ampliar e diversificar a oferta turística.
- Programa de Apoio ao Desenvolvimento Regional do Turismo: integra os Programas de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) com financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

Destaca-se o Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos, por meio do qual o Ministério do Turismo propõe seu ordenamento e consolidação - turismo cultural, rural, ecoturismo, de aventura, de esportes, náutico, de saúde, de pesca, de estudos e intercâmbio, de negócios e eventos, turismo de sol e praia -, bem como articulação e fortalecimento de instâncias representativas e padronização de referência conceitual que juntamente com estruturação da produção associada ao turismo, configura a base para construção de roteiro (BRASIL, 2007a). De acordo com Paiva (2014), institucionalizar instâncias de governança regional consiste em fortalecer grupos para que possam lidar com problemas, objetivos e metas, e melhor gerenciar recursos. Formato e caráter jurídico de instâncias variam a depender de atores de fóruns, conselhos, associações ou colegiado.

Afirma Coriolano (2009) que o interesse pelas regiões e pela técnica de regionalização predomina na realidade nacional, como forma de inserção de lugares, na dinâmica do mercado global, para dinamização de economias regionais. É o que a autora chama de “regional intranacional”, que volta a ser centro de discussões de diversas atividades, principalmente de turismo, justificadas por serem escalas regionais menores, que contemplam o cotidiano e dão resposta mais rápida e localizada, pois estão próximas dos problemas e sujeitos que enfrentam dificuldades.

Haesbaert e Porto-Gonçalves (2006) consideram o processo de identificar ou construir regiões a mais simples definição de regionalização. Para os autores, regionalizar é encontrar parte do todo. Estudar a região significa analisar o todo de parte, que reproduz o todo, que envolve noção de escala.

Para Coriolano (2009), região se entende como parte organizacional do território nacional, segundo abordagem física, ou “fruto das relações econômicas e sociopolíticas que se articulam e o produzem, com intencionalidade e, portanto, não se explicam por si mesmo, sobretudo no contexto de mundo globalizado” (CORIOLANO, 2009, p.83). De tal maneira, o processo de regionalização é orientado para além das características físicas da região e atende a finalidades políticas, com base em interesses econômicos operacionais. O espaço, assim organizado em porções menores, além de proporcionar relações sociopolíticas diretas e viáveis, contribui para a solidariedade espacial. Substitui-se a concepção física tradicional do espaço pela concepção do espaço como parte integrante do contexto social de cooperação ativa do território. O entendimento é compartilhado por Brandão (2008), ao afirmar ser o território

Unidade privilegiada de reprodução social, denominador comum, desembocadura, encarnação de processos diversos e manifestação de conflitualidades. A abordagem do território deve se afastar dos tratamentos que pensaram estruturas sem decisões de sujeitos ou atores sem contexto estrutural. Territórios são construções (sociais, discursivas e materiais), portanto sua análise deve se basear na interação entre

decisões e estruturas, nas articulações entre microprocessos, microiniciativas versus microdecisões nas várias escalas em que se estruturam e se enfrentam os interesses em disputa (BRANDÃO, 2008, p.12).

Nesse sentido, Haesbaert (2005) considera que pensar região é, antes de tudo, pensar processos de regionalização – seja priorizando o campo epistemológico, como procedimento metodológico ou instrumento de análise proposto pelo pesquisador, seja na esfera ontológica, como processo efetivamente vivido e produzido pelos grupos sociais. Na opinião do autor, ao incorporar, como dimensão primeira, o espaço, não significa que a regionalização prescindida de análise centralizada, na ação de sujeitos que produzem espaço e na interação que produzem, seja como “primeira” ou “segunda” natureza.

Por essa razão, Coriolano (2009) dita que trabalhar em escala regional não significa isolar-se da escala global, uma vez que o regional não se explica por ele mesmo. Pelo contrário, região se insere, de forma atuante, no espaço nacional, em articulação que fortalece as organizações locais e favorece a participação de pequenos municípios e lugares, com apresentação de diferentes propostas, no debate do desenvolvimento.

Araújo e Cesar (2012) acrescentam que, quando o governo federal propõe regionalização do turismo, modifica-se, substancialmente, pelo menos em termos metodológicos, o foco da relação “Estado - questões superestruturais - localidade”. Isso porque, por trás da orientação de regionalizar, está forte convicção de que o planejamento local e o regional não são excludentes, pois o regional não elimina a possibilidade de existência de planejamento em escala local, desde que, naturalmente, ambos convivam.

Paiva (2014, p.100) destaca o conceito de redes no programa: trata-se do “conjunto de linhas de comunicação, interligadas de modo que uma mensagem recebida possa transitar por essas linhas, por esses canais de comunicação, para que, partindo desse ponto de origem, chegue ao seu destino”. Assim como parcerias público-privadas, a formação de redes é importante instrumento de descentralização de ações, no processo de regionalização. Constitui processo transversal que perpassa todas as fases do Programa de Regionalização, e estratégia fundamental ao permitir, de um lado, o fortalecimento da Rede Nacional de Regionalização e, do outro, Sistema de Apoio à Distância. Araújo (2012) apresenta o Programa de Regionalização do Turismo, ao tempo em que mostra a geografia brasileira, sob a ótica turística. A autora explica que as regiões indicadas tratam de

Territórios, sem necessariamente haver contiguidade territorial, que expressam a intenção de um Brasil turístico e que, conseqüentemente, entrarão no circuito da mercadoria, ou seja, são territórios selecionados para passar por transformações e intensa produção do espaço, a fim de transformarem-se em destinos receptores, por meio da construção/readequação de todo um sistema de fluxos e equipamentos

afeitos ao fazer turísticos – meios de hospedagem, agências de viagem, equipamentos de lazer, etc., que objetivam, por sua vez, atrair seus emissores (ARAÚJO, 2012, p.12).

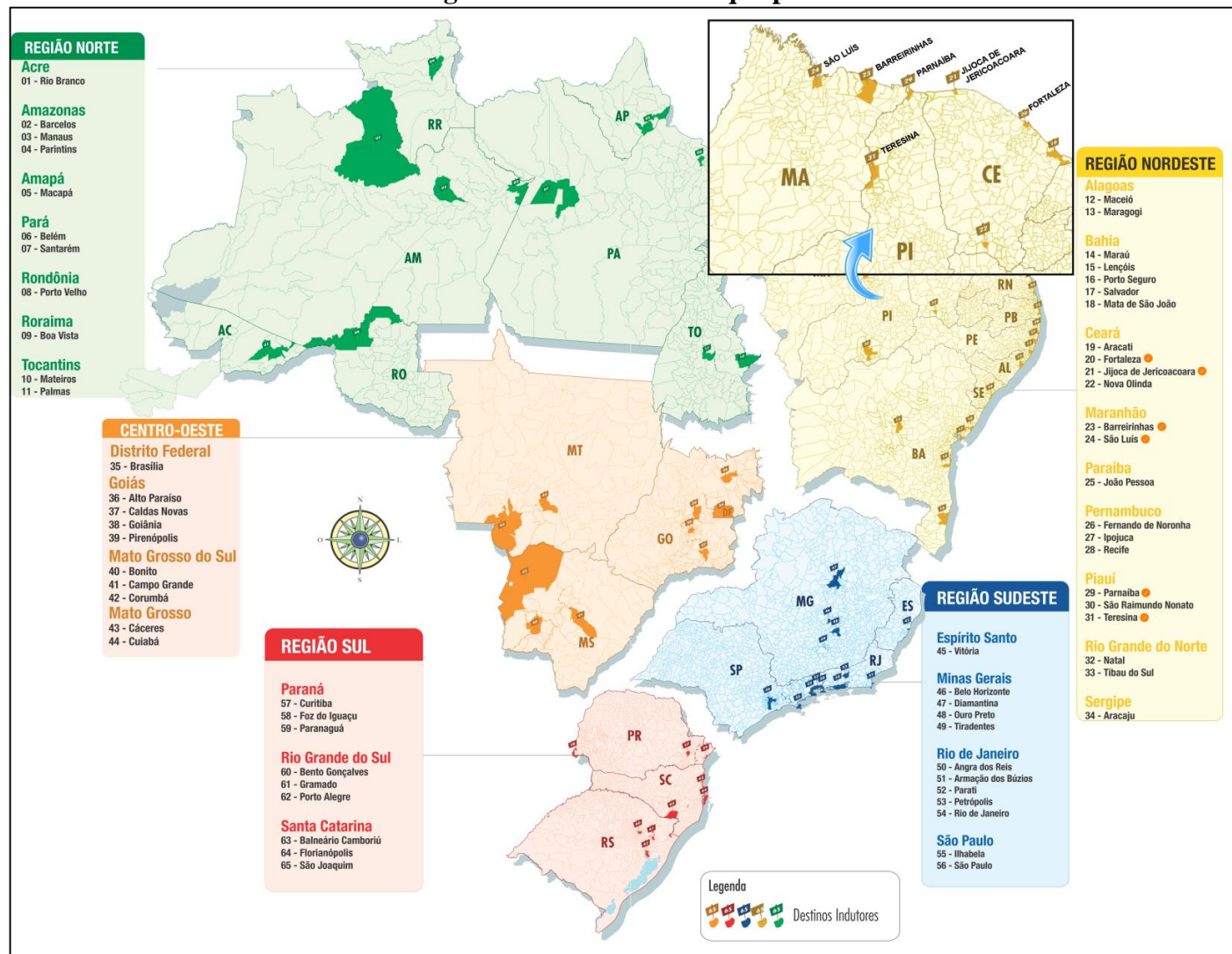
Na Figura 3, estão indicados os 65 destinos indutores do desenvolvimento regional que, de acordo com o conceito do Programa de Regionalização, induzem o desenvolvimento regional, por meio de roteiros, em regiões turísticas, e atraem fluxo turístico, irradiando-o para demais destinos, o que justifica prioridade, sobre estruturação da oferta turística, por meio de ações ministeriais, na qualificação de destinos, com estudo de competitividade, fortalecimento da instância de governança regional e aprimoramento de gestão.

A escolha de 65 destinos indutores, no entanto, é criticada por Araújo (2012a), que considera o mercado seletivo, e governos usam estratégia dominante, limitando-se a apoiar número reduzido de destinos turísticos. Ocorre, portanto, contradição no discurso que prioriza inclusão, em processo onde cabem todos; mas selecionam os melhores, ficando difícil participação de concorrência do mercado, embora teoricamente possível pelo esforço e competência da unidade da federação ou da comunidade fortalecida em rede. É o que se chama de darwinismo social, ou guerra entre lugares, ou estado favorecendo grupos de interesse econômico.

Beni (2006) tem que regionalização turística trata o espaço turístico de maneira dinâmica e flexível. Assim compreendido o espaço, Dreher e Salini (2008) entendem regionalização como ação de reconstrução ou de reaproveitamento do território que implica nova organização, reordenamento de padrões, com mudanças no desenvolvimento.

Logo, regiões turísticas não necessariamente precisam atender aos limites e fronteiras político-administrativas das unidades da federação, podendo extrapolá-los. De acordo com Acerenza (2002), a região pode ser delimitada com base em critérios, sendo os mais difundidos de homogeneidade, nodalidade e de programação. Homogeneidade considera algum elemento comum que caracteriza o espaço geográfico, vetores econômico, social e político. Nodalidade baseia-se na interdependência de diferentes centros urbanos, no mesmo território. A programação considera limites regionais, em função de divisões administrativas e políticas do espaço.

Figura 3 – 65 destinos indutores do turismo regional brasileiro. Destaque para os 6 destinos indutores da Rota das Emoções



Fonte: Adaptado de BRASIL (2015).

O grau de atratividade das regiões, segundo Beni (2006), varia a depender de atributos endógenos e exógenos da região, ou seja, de características intrínsecas e infraestrutura agregada, que possibilitam consumo turístico. Depende de perfil, motivação e necessidade do segmento da demanda turística, da forma como se avaliam os atributos endógenos e exógenos do elemento, bem como de informações disponíveis e apreendidas pelo público-alvo. E mais: depende de acesso disponível, que depende de diferentes localizações geográficas da demanda, assim como de canais de distribuição trabalhados. Nesse sentido, características, atributos diferenciais, revelam as condições de acesso, estado de conservação, grau de fragilidade de visitação e capacidade de carga turística que determinam o grau de atratividade, diferente em cada segmento da demanda, influenciado pela concorrência.

Ruschmann (2001) orienta que constitui foco da gestão pública planejar e desenvolver espaços regionais e atividades, de modo a aumentar o grau de atratividade, atender aos anseios da população e às demandas dos turistas. Implantar ações planejadas, no entanto, constitui desafio, à medida que se deparam objetivos conflitantes: oportunidade e acesso a experiências recreacionais de maior número de pessoas possível; proteger e evitar descaracterização de locais privilegiados pela natureza e pelo patrimônio cultural.

Hall (2001) alerta que regiões de turismo não se desenhem apenas com intuito de responder às demandas dos turistas, senão como resposta a problemas econômicos provocados pela reestruturação da economia mundial e pelo aumento da competitividade territorial, no contexto da globalização.

Para Henz (2009), o planejamento regional é a forma de minimizar aspectos negativos do território e organização econômica, social, educacional entre aspectos relevantes, de planejamento do espaço público. A autora entende que pensar planejamento regional do turismo significa compreender o território, enquanto espaço e lugar, onde pessoas e natureza interagem, para sua utilização como instrumento de aglomeração de destino, em única região geográfica, com características similares, formando agrupamento, zona, polo, circuito e roteiro turístico. Acrescenta a autora que "regionalizar significa trabalhar um conjunto de decisões, que, quando integradas e atuando em sintonia com a política estadual e federal, podem constituir uma base sólida para a consolidação do turismo como atividade econômica relevante" (HENZ, 2009, p.78). No entanto, preocupa a forma como regiões turísticas brasileiras se constituem, pois alguns municípios tem buscado inclusão em roteiro turístico, deslumbrados com a expectativa econômica da atividade turística, o que se deve a resultados imediatos da regionalização em comparação ao antigo Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT).

Na fala de Sansolo e Cruz (2003), o programa de roteiros integrados não é de desenvolvimento regional, apesar de prever organização de municípios em consórcio. O significado da região, no programa, é reduzido à dimensão político-administrativa, quando, em verdade, o conceito de região compreende diferentes escalas geográficas. Nesse caso, perde-se a oportunidade de utilização efetiva da região como instrumento do planejamento governamental e da gestão pública do território.

Paiva (2014) acrescenta que a definição de região, considerada somente pelo ângulo administrativo, não leva em conta que sentimento de pertencimento se constrói pela identificação com o lugar e não pela naturalidade, o que torna evidente a inadequação do critério de fronteira administrativa.

No documento intitulado “Índice de Competitividade do Turismo Nacional - Relatório Brasil 2015”, o Ministério do Turismo apresenta resultado de pesquisas realizadas com 65 destinos indutores, nos anos de 2011 a 2015. Série histórica mostra a evolução de dimensões avaliadas. Entre os resultados obtidos, destacam-se os seguintes aspectos:

- Quanto às políticas públicas, a maioria dos destinos tem instâncias de governança municipais ativas, o que favorece governança participativa do turismo. Cerca de metade dos destinos possui algum plano formal para o setor de turismo em vigor e a maioria dos destinos desenvolve atividades ou projetos conjuntos com a iniciativa privada ou entidades de classe representativa do setor privado, relacionado ao turismo no último ano avaliado.
- Quanto à cooperação regional, destaca-se instância de governança regional, em cerca de dois terços dos destinos, mas apenas em metade, está ativa. A maioria das instâncias não dispõe de recursos próprios na condução das atividades, para ajudar projetos de desenvolvimento da região. Apesar disso, instâncias ativas recebem suporte para condução das atividades. A maior parte compartilha projetos turísticos com outros destinos, e mais da metade conta com plano de desenvolvimento integrado. A maioria se insere em roteiro turístico regional comercializado por operadores e agências nacional ou internacional. Em relação às estratégias de promoção regional, em menor parte, constata-se disponibilidade de site promocional da região turística da qual faz parte. Apesar disso, metade conta com material promocional da região turística ou de roteiros que integra.
- O monitoramento da atividade é a dimensão com resultados mais baixos, por isso demanda atenção. Há escassez de pesquisa de demanda: apenas dois terços de destinos realizam pesquisa de oferta. Aproximadamente metade possui técnicos de estatísticas

de turismo, e menos de um terço conta com algum sistema de estatística turística. As pesquisas são essencialmente quantitativas e as de cunho qualitativo, são escassas. Apenas um terço faz monitoramento de impactos econômicos, e parcela menor monitora, de alguma forma, impactos sociais e ambientais. Por fim, um terço conta com setor específico de estudo e pesquisa em turismo, na administração pública, fator importante de garantia de regularidade das pesquisas e monitoramento da atividade.

- Quanto à Capacidade Empresarial, na maioria dos destinos avaliados, há instituições de ensino, com programas regulares de formação, escolas ou programas contínuos de formação em idioma estrangeiro. Há também locadoras de automóveis de redes nacionais e internacionais, em dois terços dos destinos; meio de hospedagem de redes nacionais e internacionais, em cerca de metade, e estabelecimentos de alimentação com as mesmas características, em dois terços dos destinos avaliados. Apenas um terço conta com algum arranjo produtivo local (APL), relacionado à atividade turística. Entre as principais barreiras à entrada de novos empreendimentos, de forma significativa nos destinos, apontam-se com frequência, pelos entrevistados: especulação imobiliária; dificuldade de licenciamento ambiental; falta de pessoal capacitado e falta de incentivo fiscal.
- Aspectos sociais: há deficiência de profissionais de turismo, de nível técnico-administrativo, pela falta de capacitação técnica, de domínio de idioma estrangeiro e de atendimento ao cliente. As principais deficiências de profissionais de nível operacional relacionam-se com atendimento ao cliente, capacitação técnica e conhecimento de informática. O desafio de maior parte de destinos é larga utilização de mão de obra informal, em atividades de turismo, principalmente, em período de alta temporada. Pontos positivos: cerca de dois terços tem programa de incentivo ao uso de equipamento turístico, e, em cerca de um terço, existe alguma política formal de sensibilização da comunidade, sobre a importância da atividade turística para o destino. Política formal de conscientização do turista, sobre respeito à comunidade e ao meio ambiente, identifica-se em pequena parcela. Sobre envolvimento da sociedade no turismo, a maioria dos destinos adota instrumentos de consulta à população a respeito de atividades e projetos turísticos. De acordo com o estudo, há participação evidente da sociedade na discussão dos projetos.

A participação social, no entanto, é questionada por Araújo (2012a), ao mostrar debates nacionais, sobre o Programa de Regionalização do Turismo, com presença dos mais diversos segmentos representativos da sociedade. A participação social nos debates serve para

dar legitimidade à proposta de regionalização, pois nasce em escala local, mas não parte de grupos comunitários cujas práticas são reconhecidas como alternativa ao competitivo mercado turístico. A gestão coordenada do programa continua a depender de instituições governamentais, com infraestrutura, recursos e burocracia para execução. Isso termina gerando hierarquia, mesmo que se diga concebida em rede e, como tal, compartilha princípios de igualdade, cooperação e democracia. De tal maneira, o governo federal é instância que detém as informações, alto nível de decisão e de quem partem ações de integração dos setores. O fato de reunir agentes para tomada de decisão não significa que todos estão no mesmo grau de poder de decisão. Os chamados por último e desconhecem o porquê e para o quê foram chamados, apenas legitimam o processo que se pretende participativo.

A questão de Silva (2013) também explica o tema, e mostra a incapacidade dos municípios de apropriação do Programa de Regionalização, de forma a dar-lhe continuidade, o que pode ser interpretado inclusive como herança do PNMT, incentivada a competição entre municípios. A fragilidade de instâncias de governança regional é notória: falta-lhe autonomia, articulação público-privada, e principalmente, afastamento da tutela do Estado.

Ainda assim, o Programa de Regionalização, do Ministério do Turismo, desde 2000, é repassado a diferentes grupos, com maior ou menor grau de articulação, diferentes expectativas, interesses, forma de articulação e organização em redes de ações. Isso porque turismo envolve diversos sujeitos sociais, incluindo poder público, agentes de mercado, residentes e turistas, com diferentes expectativas, por vezes, divergentes. Para Cruz (2005), conciliar interesses, no ordenamento de territórios pelo e para turismo, serve de paradigma orientador do planejamento governamental e de políticas públicas.

Em análise geral, Araujo (2012a) considera que a proposta de regionalização apresenta-se concreta, mais do que foi no passado, e reconhece avanços, mesmo com críticas ao seu caráter utópico, e de prática difícil. De tal modo, a regionalização do turismo, no Brasil, divide opiniões e, mesmo com crítica e questionamento quanto à eficiência e efetividade do programa, permanece relevante marco e diretriz a rumos de políticas públicas de turismo e do processo de ordenamento do território, tendo o turismo como instrumento coadjuvante de integração e desenvolvimento socioeconômico regional.

O momento é propício à análise e interpretação de possíveis significados de políticas públicas em novos territórios, diferenciados pelas características, dinamizados pelo jogo de interesse, estratégia e potencial de transformação do turismo no espaço regional. Para tanto, a Região Turística do Meio Norte, onde se insere a Rota das Emoções, é analisada como objeto de estudo da dissertação.

4 ROTA DAS EMOÇÕES: ROTEIRO INTEGRADO DO NORDESTE

A Rota das Emoções é o roteiro turístico do Nordeste que ultrapassa limites geopolíticos estaduais, integrando Ceará, Piauí e Maranhão. Insere-se na Região Turística do Meio-Norte, na faixa litorânea que compreende o extremo oeste cearense, norte piauiense e noroeste maranhense (Figura 4). Inicialmente denominado Roteiro CE-PI-MA, junção de siglas dos estados que o compõe, posteriormente Rota das Emoções.

Figura 4 – Área de Abrangência da Rota das Emoções



Fonte: Rota das Emoções (2017).

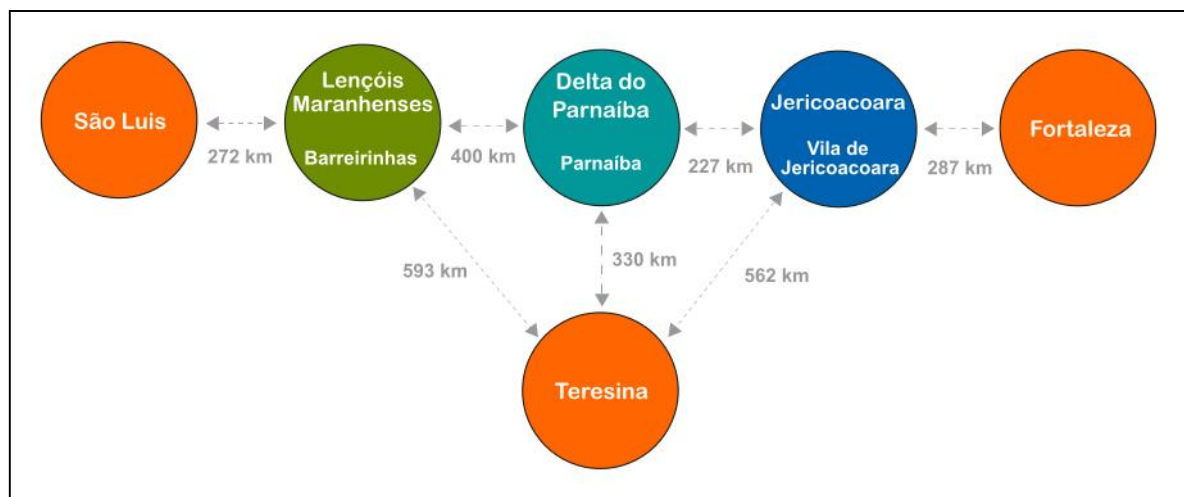
O roteiro turístico da Rota das Emoções fundamenta-se em três atrativos-âncora: Lençóis Maranhenses, Delta do Parnaíba e Jericoacoara que, juntos, formam “ambiente único, com características peculiares e de grande interesse de visitação” (BRASIL, 2006, p.301), escolhido pelo Ministério do Turismo, para território a implantar e desenvolver projeto piloto da proposta de roteirização turística, prevista no Plano Nacional do Turismo.

Pela motivação de turismo de sol e praia, ecoturismo, turismo cultural, turismo desportivo e de aventura, a Rota das Emoções encontra-se atualmente constituída de três estados e quatorze municípios - Araisos, Barreirinhas, Paulino Neves, Santo Amaro e Tutóia, no Maranhão; Cajueiro da Praia, Ilha Grande, Luis Correia e Parnaíba, no Piauí; Barroquinha, Camocim, Chaval, Cruz e Jijoca de Jericoacoara, no Ceará - além de instituições, associações, agentes privados e órgãos de gestão de três unidades de conservação.

A Rota das Emoções abrange território de mais de 600 km, entre cidades de Jericoacoara e Barreirinhas. Em sentido amplo, a Rota atinge quase 1.200km, entre Fortaleza

e São Luis, principais portões de entrada no roteiro. O território de abrangência e distância, entre os destinos da Rota das Emoções, estão representados esquematicamente (Figura 5):

Figura 5 – Território de abrangência e distâncias da Rota das Emoções



Fonte: BRASIL (2014).

Governos estadual e municipal, principalmente litorâneos, investem no turismo, considerando-o atividade dinamizadora de economias local e regional, com possibilidade de minimizar problemas socioeconômicos que afligem a Região. Contando com apoio do poder público federal, na década de 1990, os governos atuam como empreendedores do turismo, que desde então, se tem consolidado na região Nordeste do Brasil, como atividade privilegiada em termos de apoio institucional.

Diz Coriolano (2009) que se deve ao crédito na contribuição da atividade turística em oferecer ao desenvolvimento regional e à redução de desigualdades regionais, discurso utilizado na mídia nacional. Sob esse pretexto, os governos investem no turismo, na qualidade de vetor de desenvolvimento socioeconômico, acreditando no poder de arrecadação de impostos, taxas, tributos e acumulação de capital da iniciativa privada.

O entendimento faz desenvolver políticas que contribuem para alocar infraestrutura, em territórios turísticos nordestinos, e aproveitamento da força de trabalho. Novos reordenamentos espaciais vinculam-se às atividades do turismo, o que se denomina de turistificação de territórios, em merecendo destaque a alocação de infraestrutura, serviços turísticos, volume de capital investido, tecnologia e fluxo de pessoas. Produz-se configuração espacial que evidencia ilhas e corredores que se unem para formar circuito turístico. Benevides (2003) define turistificação como sendo

O processo pelo qual as potencialidades se circunscrevem a um processo de planejamento que tem por objetivo convertê-las, material ou simbolicamente, em recursos e produtos substancialmente destinados ao consumo turístico. Significa,

portanto, uma ruptura com a passiva concepção da imanente atratividade natural de alguns lugares que, por muito tempo, juntamente com a prosaica ideologia da hospitalidade, influenciou significativamente na promoção do turismo, que, contudo, pode influir negativamente na qualidade dos serviços prestados (BENEVIDES, 2003, p. 47).

O processo de turistificação nordestino, orientado pelas tendências globais, aponta para o crescimento da atividade turística na economia mundial e maior participação de regiões tropicais do planeta, no mercado turístico. A segmentação crescente é alimentada pelas peculiaridades, em virtude de motivações e valores que incentivam a demanda turística. Assim, há mais de quatro décadas, vem-se implementando, na região Nordeste, experiências de desenvolvimento regional e local, com notório destaque do turismo que tem assumido crescente importância, entre as principais atividades econômicas. Por isso o Nordeste brasileiro é, hoje, região que cresce no país, apesar de pertencimento a uma das regiões mais pobres da América do Sul.

No início de 2000, a Embratur divulga o Nordeste com aproximadamente 1.500.000 km² de área, correspondente a 18% do território brasileiro, formado por nove estados litorâneos, com 3.300 km de costa e 47 milhões de habitantes, dos quais 40%, abaixo do nível de pobreza, com 50% de moradias conectadas com água potável e menos de 10%, com rede de esgoto, onde não abundam recursos socioeconômicos e políticos, com disposição, porém, de recursos naturais com potencial turístico (ALMEIDA; POLERO, 2003).

A Rota das Emoções é implementada no contexto de políticas públicas de desenvolvimento para o Nordeste, caracterizado pela redescoberta da zona litorânea, com elevado potencial turístico, atendendo à demanda crescente pelo turismo de natureza, sendo o litoral um dos maiores atrativos turísticos mundiais. O turismo novamente se destaca como instrumento integrador de paisagens e atividades humanas, desenvolvidas com base em recursos naturais e no envolvimento de pessoas que trabalham e brincam, como em regiões turísticas.

4.1 A REGIÃO TURÍSTICA DO MEIO-NORTE

A Região Turística do Meio-Norte corresponde à faixa de terra do nordeste maranhense, norte piauiense e noroeste cearense. Originalmente criada com extensão de aproximadamente 66 mil km², é formada de 77 municípios de regiões estaduais de planejamento: Litoral Oeste e Ibiapaba, no Ceará; Planície Litorânea e Cocais, no Piauí; e Lençóis Maranhenses, Delta do Parnaíba e Alto Muni, no Maranhão. A área corresponde a

3,6% da territorial do Nordeste, e 9% da soma de áreas dos estados do Ceará, Piauí e Maranhão. Conta inicialmente com população de 1,87 milhão de habitantes e densidade demográfica de quase 30 habitantes/km², considerada relativamente elevada para padrões nacionais, e um dos piores índices de desenvolvimento humano (IDH) do País (BRASIL, 2012).

Em 2003, o Ministério do Turismo lança o Plano Nacional do Turismo 2003-2007, instrumento de ações para o Programa de Regionalização do Turismo. No mesmo ano, institui-se o Ministério da Integração Nacional (MI), com foco de ações na elaboração dos programas regionais de desenvolvimento, tendo como principal instrumento de ação Política Nacional de Desenvolvimento Regional (PNDR). Política arrojada objetiva reduzir desigualdades regionais e, assim, são elaborados planos de desenvolvimento, dentre os quais, o Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte.

A área de abrangência do Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio-Norte é oficializada em 2009. Em 2010, é reestruturada, com inclusão de treze municípios maranhenses, das microrregiões do Baixo Munim e Baixo Itapecuru (Figura 6). Assim, 90 municípios compõem área de abrangência do plano, 78 mil km², correspondentes a 5,04% da área territorial do Nordeste, com população de quase 2,2 milhões de habitantes, ou 4,09% do total da população do Nordeste (MATOS, 2013). Composição, por estado (Tabela 1):

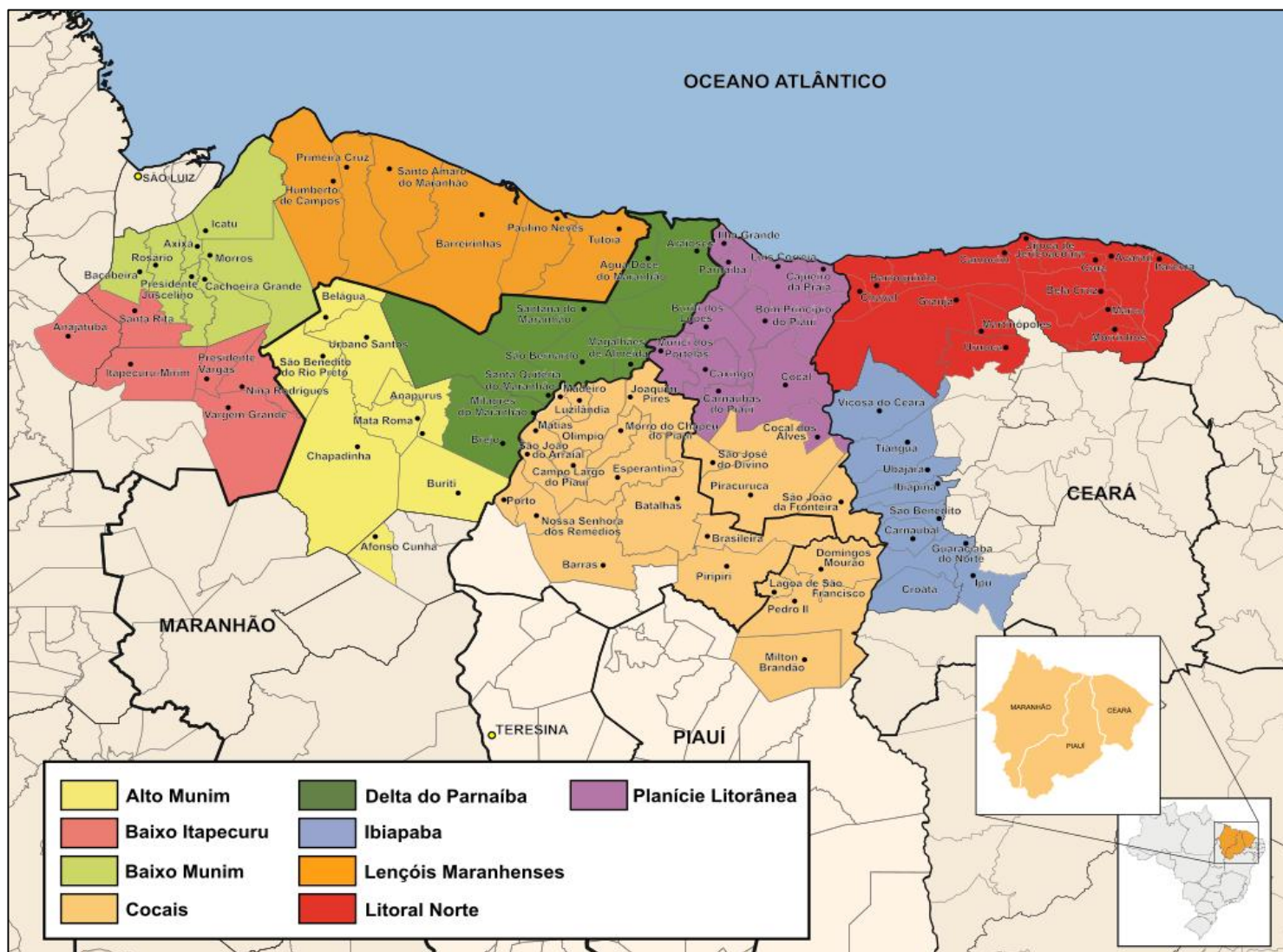
Tabela 1 – Área de abrangência do PDRST Meio-Norte: Dados Gerais

Estado	Total de Municípios membros do PDSRT	Área (km ²) ¹	Área (%) ²	População Total (Dados Absolutos) ¹	População Total (%) ²
Maranhão	35	39.862	12	850.118	12,9
Piauí	33	23.702	9,4	639.341	20,02
Ceará	22	15.068	10	709.281	8,4
TOTAL	90	78.632		2.198.740	

Fonte: IBGE (2010).

¹ Dados referentes ao municípios membros do Plano Meio-Norte. ² Porcentagem referente à totalidade do Estado.

Figura 6 – Área de abrangência do Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio-Norte



Fonte: Adaptado de Matos (2013).

O Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte caracteriza a região como quadro de atraso e estagnação econômica, estrutura econômica precária e base na atividade agrícola de subsistência, com baixa produtividade. Conta com um dos mais elevados níveis de pobreza do País, baixo rendimento *per capita*, e reduzido dinamismo econômico, embora apresente forte potencial de crescimento, associado especialmente ao potencial turístico.

O potencial turístico dos estados participantes - Ceará, Piauí e Maranhão - serve de base constitucional para a construção da Região Turística do Meio-Norte, uma das mais belas regiões do país, com rico patrimônio natural e cultural (ADRS, 2009). Nela, estão os Lençóis Maranhenses, Delta do Parnaíba e parte da Costa do Sol Poente cearense, tendo a praia de Jericoacoara como núcleo indutor de destaque.

No entanto, o potencial turístico da região é subaproveitado, dentre outros, devido à precariedade da infraestrutura de transporte e de turismo. De acordo com o plano, o cenário é fruto do processo histórico de relativo isolamento da região, em relação aos centros políticos dos três estados, o que resulta em melhor conservação ambiental, mas precárias condições de acessibilidade, em grande parte dos municípios. O isolamento da região concorre com que apresente um dos mais baixos níveis de desenvolvimento do País.

O Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte ressalta a debilidade da estrutura produtiva local e baixa qualidade de vida da maior parte da população. De acordo com o plano, o papel do Estado se faz imprescindível à realização de investimentos - em infraestrutura, transporte, energia, comunicação, educação, saúde e tecnologia -, e criação de condições mínimas de desenvolvimento do plano. Cabe ao Estado induzir o crescimento econômico de regiões menos desenvolvidas, particularmente mediante investimentos em infraestrutura econômica e social, tendo em vista a implantação ou consolidação de atividades econômicas motrizes (BRASIL, 2012).

Nesse cenário, o Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte objetiva promover formas integradas de desenvolvimento sustentável dos municípios da região, valorizar o patrimônio natural e sociocultural, viabilizar atividades econômicas inclusivas, dinâmicas e inovadoras para melhorar a qualidade de vida da população. Em caráter pioneiro no Brasil, a elaboração do Plano Meio-Norte destaca a importância do turismo regional, associado às atividades econômicas de base territorial, além de tornar o produto turístico da Rota das Emoções - Jeri-Delta-Lençóis atrativo no mercado nacional e internacional. No plano, são definidas as seguintes diretrizes gerais para a atividade turística (Quadro 1):

Quadro 1 – Diretrizes Gerais para a Atividade Turística do Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte

Fortalecer a gestão do turismo nas instâncias de governança regional, estadual e local;
Promover a integração regional e estadual através da roteirização;
Fomentar investimentos em infraestrutura para o turismo;
Capacitar recursos humanos para o turismo;
Estimular a produção, a comercialização e a valorização do artesanato regional;
Sensibilizar e estimular a cadeia produtiva do turismo para a melhoria dos serviços;
Desenvolver o turismo de modo a valorizar as atividades produtivas locais;
Conciliar o uso turístico dos atrativos com as políticas de conservação ambiental e valorização do patrimônio cultural;
Apoiar as iniciativas comunitárias locais de desenvolvimento do turismo;
Valorizar os atrativos turísticos e incentivar a criação de novos produtos e destinos turísticos;
Elaborar planos de marketing turístico que valorizem cultura, meio ambiente, família, esportes e alimentação saudável;
Combater a exploração sexual de crianças e adolescentes nas atividades turísticas;
Promover a inclusão de pessoas com deficiência nas atividades turísticas.

Fonte: BRASIL (2012).

No Plano, o turismo é oportunidade para o desenvolvimento socioeconômico da região, por meio do qual se valoriza a cultura local e recursos naturais. Ademais, o diagnóstico indica fluxos migratórios da população local para centros urbanos importantes, em busca de oportunidade e emprego. Nesse cenário, o turismo traz expectativa de oferta de emprego e crescimento da renda nos municípios de elevados níveis de pobreza e dependentes de transferências da União.

Mostram Araujo e Dantas (2015) que a estratégia é destacar a pobreza, na captação de recursos. O discurso de integração regionalista é ressaltado para potencializar o turismo nos municípios da Rota das Emoções. Repete-se o discurso do turismo “salvador” da pobreza e da miséria dos estados. Matos (2013) destaca a construção de imagens voltadas à formação do turismo como atividade redentora, no combate à pobreza. Consolida-se a imagem paradisíaca da região, a fim de agregar à proposição de turismo de aventura, os noventa municípios, pelo arcabouço preocupado com a homogeneidade integrada da paisagem litorânea.

O símbolo escolhido para representação do Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte é descrito por Matos (2013) como: "uma representação cartográfica da área atendida pelo projeto, com recortes espaciais correspondendo basicamente aos limites estaduais" (MATOS, 2013, p.175). A identidade visual denota de forma sintética o conteúdo do Plano. Como se vê (Figura 5), noventa municípios se caracterizam pelas texturizações, com características ambientais dos

respectivos estados: reprodução dos parques das dunas no Maranhão, correspondendo a lençóis maranhenses; o verde no Piauí, em referência à vegetação do Delta do Parnaíba; e ondas do mar cearense, em alusão à zona costeira. O símbolo traz também o desenho do sol, a propor domínio da imagem na paisagem litorânea de verão, pela retórica de que municípios da zona costeira possuem vocação para o turismo.

Figura 7 – Logotipo do Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte



Fonte: BRASIL (2012).

A gestão do Plano Meio-Norte fica a cargo do Conselho Gestor, criado pelo Decreto Presidencial Nº7313/2010, com atribuição de realizar articulação política entre as esferas do governo, implementar ações; definir prioridades e monitorar a execução das ações previstas. O Conselho Gestor elabora regimento interno e se compõe de 36 membros, sendo 18 representantes de órgãos governamentais e 18, de organizações da sociedade civil, contando com estrutura auxiliar de coordenação e instância regional para discussão de implementação do plano.

O processo de elaboração do Plano Meio-Norte se alicerça na metodologia do planejamento territorial participativo, em atenção às condições essenciais: abordagem multissetorial, com envolvimento dos órgãos setoriais; corresponsabilidade de entes federativos, com a participação efetiva de estados e municípios; e participação social. Consideram Matos e Araújo (2013) que, apesar de o discurso regionalista pregar ampla participação social, as consultas públicas do Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte não contam com efetiva participação da comunidade, pois

sua construção é estabelecida antes mesmo de consultas públicas. Nas consultas públicas, apenas se faz a apresentação do projeto pré-acordado, a fim de dar conhecimento à comunidade e legitimar o processo.

Reiterada questão do potencial turístico, o Plano Meio-Norte justifica-a com base em atrativos naturais da região, muitos inseridos em unidades de conservação. A área abrange total de quatro parques nacionais: Lençóis Maranhenses, no Maranhão; Sete Cidades, no Piauí; Jericoacoara e Ubajara, no Ceará; Parque Estadual da Cachoeira do Urubu, nos municípios de Esperantina e Barbalha, no Piauí; além da Área de Proteção Ambiental do Delta do Parnaíba, no Piauí, o que denota relevância dos atrativos naturais, ao mesmo tempo em que reforça a necessidade de desenvolver a atividade turística de forma ordenada, planejada e integrada, com base em diretrizes do desenvolvimento sustentável. Registram-se também atrativos culturais, como o artesanato que valoriza e expressa identidade regional. No entanto, o acesso é dificultado pela precária infraestrutura de transporte e serviços.

Fluxos turísticos para a Região do Meio-Norte são determinados essencialmente pelas cidades de Fortaleza e São Luis, principais portões de entrada da região. Ressalta-se que os destinos turísticos da região existem de forma independente, visíveis, porém, os esforços para integração dos atrativos principais - Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses - por meio da organização, promoção e comercialização de roteiros integrados. Uma das iniciativas na área do Plano Meio-Norte é a Rota das Emoções.

No entanto, municípios de Barreirinhas, no Maranhão; Jijoca de Jericoacoara, no Ceará; e Parnaíba, no Piauí; encontram-se em áreas de preservação e possuem limitada infraestrutura viária de integração. Para além do atendimento à legislação ambiental, a falta de integração entre os municípios se dá por questões políticas. A deficiência dificulta a integração física dos três estados. Araújo e Dantas (2015) mostram que o fato contraria a lógica de potencialização turística de noventa municípios da Região do Meio-Norte, visto que a Rota das Emoções é o principal eixo de valorização turística da região. Considerando a necessidade de melhoria de acesso à integração dos destinos, o Plano do Meio-Norte apresenta ações prioritárias (Quadro 2):

Quadro 2 – PDSRT Meio-Norte: ações prioritárias em infraestrutura

TRANSPORTE RODOVIÁRIO
<ul style="list-style-type: none"> • Implantação e pavimentação da BR-402 no trecho Sobradinho (Barreirinhas) – Barro Duro (77 km); • Implantação e pavimentação da BR-222 no trecho Piri-piri – Matias Olimpo • Construção da Ponte Matias Olímpio (PI) – Brejo (MA); • Conclusão da Ponte Luzilândia (PI) – São Bernardo (MA); • Implantação e pavimentação da BR- 404 no trecho Poranga (CE) – divisa CE/PI; • Restauração de trechos das BR-222, BR-343, BR-403 e BR-404; • Restauração de trechos das rodovias estaduais.
TRANSPORTE AÉREO
<ul style="list-style-type: none"> • Conclusão do Aeroporto Internacional de Parnaíba / PI, porta de entrada do turismo na região (em ampliação com recursos de R\$30 milhões do PAC, com capacidade para 130.000 passageiros/ano). Estudo de viabilidade para terminal de carga. • Ampliação e melhoria dos aeroportos de Barreirinhas, Chapadinha e de Camocim; • Construção do Aeroporto de Cruz, para atender à demanda turística com destino a Jericoacoara e adjacências.
TRANSPORTE MARÍTIMO
<ul style="list-style-type: none"> • Implantação do Porto de Luís Correia. Retomada das obras de construção com recursos de R\$64 milhões do PAC. Realização de estudo de viabilidade econômico-financeira; • Construção do Terminal de Passageiros/cargas de Tutóia.
ENERGIA
<ul style="list-style-type: none"> • Ligação elétrica de 100% dos domicílios rurais até dezembro de 2010, através do Programa Luz para Todos; • Ampliação da oferta energética na região, mediante melhorias e implantação de linhas de transmissão e subestações de 230, 138 e 69 kv, de forma a permitir a instalação de empreendimentos de grande porte; • Construção de 5 novas UHEs no Rio Parnaíba (com construção de eclusas). • Investimentos em novas fontes de energia (eólica, solar, biomassa).

Fonte: ADRS (2009).

Quadro 2 apresenta ações prioritárias, em 2009, por ocasião da elaboração do Plano do Meio-Norte. De ações listadas, em 2010, conclui-se a ampliação e reforço da pista de pouso e decolagem do Aeroporto Internacional de Parnaíba. Devido à localização, é considerado estratégico para consolidar a Rota das Emoções (CIDADEVERDE, 2010). A Ponte sobre o Rio Parnaíba, que liga Luzilândia, no Piauí, a São Bernardo, no Maranhão, é inaugurada em 2014. Facilita acesso à região do Delta do Parnaíba e regiões produtoras do Piauí e do Maranhão (TRIBUNADEBARRAS, 2014).

Em maio de 2017, o Governo do Maranhão anuncia início da obra de pavimentação do trecho de 36 km, da Rodovia MA-315, que liga Barreirinhas a Paulino Neves e interligação do Aeroporto de Barreirinhas ao trecho. As obras do Aeroporto de Barreirinhas são reiniciadas em junho de 2017 (SINFRA, 2017). O Aeroporto de Cruz, no Ceará, ou Aeroporto de Jericoacoara como é conhecido, é inaugurado em junho de 2017, com voos comercializados e em operação, para atender à demanda turística com destino a Jericoacoara e adjacências (G1CE, 2017). Também em junho de 2017, é assinada ordem de serviço para a retomada imediata das obras da CE-343, na mesma ocasião em que é assinada a ordem de serviço para retomada da Ponte Simplício Dias, que liga Parnaíba ao Município de

Ilha Grande. A reforma da estrutura está orçada em cerca de 4,9 milhões e estima-se a conclusão até final de 2017 (PI, 2017).

Em outubro de 2017, anuncia-se a retomada do Porto de Luiz Correia, no valor de 28 milhões. Trata-se de obra para porto de pequeno porte, em condições de atender ao turismo, à pesca e à carga de embarcações de calado menor (PI, 2017a). A BR-222 está prevista para início até final de 2018. O trecho da Rodovia de Piripiri a Batalha, a ser realizada pelo Exército Brasileiro, tem previsão de término até final de 2018. O Governo Federal promete realizar a Ponte sobre o Rio Longa, na cidade de Esperantina e a Ponte sobre o Rio Parnaíba, que liga Matia Olimpo, no Piauí, a Brejo, no Maranhão. A distância diminuiu mais de 200 km, entre capitais Fortaleza e São Luís, considerada rota de desenvolvimento e geração de emprego. Parte da BR-222 está pronta, inclusive com obras de duplicação, no Estado do Ceará. A obra tem total de 1.800 km, restando a construção de trecho de 144 km, no Piauí (GP1, 2016).

Araújo e Dantas (2015) destacam que as obras são prioridade dos Estados, antes da elaboração do Plano Meio-Norte, não havendo plano financiador de novas obras. Ademais, para intervenções, são indicadas ações como prioritárias, dentre elas, fomento às atividades produtivas para ordenamento ambiental e fundiário, educação e cultura; saúde, saneamento e habitação; gestão e participação social. Ações estruturantes e de amplo alcance regional, importantes para implantação de modelo de desenvolvimento regional com bases sustentáveis. Estudiosos observam que a estratégia para escolha de ações prioritárias de infraestrutura contraria o discurso sustentável do Plano, pois, à medida que priorizam obras de acessibilidade entre pontos turísticos, põe em risco zona costeira, de fragilidade ambiental. Além disso, ações de infraestrutura, em municípios do litoral evidenciam clara valorização do turismo de sol e praia, em detrimento de segmentos.

O Plano Meio-Norte alerta para o fato de que um dos principais riscos para o turismo, na região, é a degradação da paisagem. Por isso, a integração física de destinos - Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses - exige criteriosa avaliação da capacidade de suporte ambiental. O alerta é reforçado porque, mesmo com a distância entre destinos, a comercialização de roteiro integrado aumenta a circulação de veículos 4x4, sobre dunas e margens de cursos de água, num estímulo à especulação imobiliária. A construção de estradas tanto pode facilitar acesso e circulação e fomenta o turismo, quanto dar início a processo de ocupação desregrada e de degradação ambiental ao longo de rodovias.

Ainda assim, o Plano Meio-Norte reafirma a importância da integração física de destinos e ressalta que a integração turística não deve se restringir à dimensão territorial, mas

abranger também negócio - sinergia de existência de três regiões-destinos -, população e integração de cidades. O desafio da integração regional é maior para a Região Turística do Meio-Norte, pois, quanto mais amplo o território, maior complexidade de viabilização e gerência de variáveis básicas que definem negócio turístico. Entre as variáveis estão: localização geográfica, dimensão operativa, articulação interna e coesão, dinâmica equilibrada de fluxos turísticos, gestão integrada, ação empresarial articulada e capacidade de geração de vantagens competitivas (BRASIL, 2012).

O Plano Meio-Norte adota visão estratégica da atividade turística que, aos poucos, cria bases de consolidação de destinos turísticos, requerendo, para isso, visão de futuro negociada e concentrada entre poder público, sociedade e *trade*, sobre tipo de turismo desejado. Os atrativos naturais da Região Turística do Meio-Norte, principalmente Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses, são os principais elos de integração turística e vetor de desenvolvimento dos municípios da região. A valorização costeira, destacada no Plano do Meio-Norte, é parte de projeto nacional que estabelece a formação regional turística, tendo a Rota das Emoções como eixo temático específico.

4.2 OS DESTINOS TURÍSTICOS DA ROTA DAS EMOÇÕES

O Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio-Norte apresenta três atrativos-âncora: o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, combinação de dunas de areia com lagoas de água transparente e deslumbrante; Delta do Parnaíba, terceiro maior delta oceânico do mundo; e Parque Nacional de Jericoacoara, que abriga a Vila de Jericoacoara, com dunas, mangues e lagoas. (BRASIL, 2012). De forma poética, Duarte (2008) descreve a região:

Lagoas azuis dispostas em um mar de areias brancas, ilhas verdes envolvidas por braços d'água que se abrem à procura do oceano e uma pequena e charmosa vila deitada nas areias da praia, onde o mar acorda e adormece o sol. Um pedacinho do Brasil de 10.474 km², estrategicamente encravado no litoral: na costa leste do Maranhão, no litoral do Piauí e no extremo oeste do Ceará, mais conhecido como Lençóis Maranhenses (MA), Delta do Rio Parnaíba (PI) e Jericoacoara (CE) (DUARTE, 2008, p.1).

Entre 65 destinos indutores, escolhidos pelo Ministério do Turismo, três compõem a Rota das Emoções: Jijoca de Jericoacoara (CE); Parnaíba (PI) e Barreirinhas (MA). São destinos, em roteiro integrado, comercializados principalmente pelas agências da região. Atrativos turísticos relevantes estão associados à paisagem e recursos naturais (Figura 8).

Figura 8 – Lençóis Maranhenses, Delta do Parnaíba e a Pedra Furada, na praia de Jericoacoara



Fonte: Google Imagens (2017).

No conjunto de ecossistemas da paisagem natural do roteiro, estão manguezais, rios, estuários, planícies fluviais, dunas, lagoas, tabuleiros costeiros, além de extensos campos de dunas móveis que se destacam como relevantes atrativos turísticos, e, em boa parte, sob algum tipo de regime especial de proteção ambiental. É o caso do Parque Nacional (Parna) de Jericoacoara, da Área de Proteção Ambiental (APA) do Delta do Parnaíba e do Parque Nacional (Parna) dos Lençóis Maranhenses.

O Parque Nacional (Parna) de Jericoacoara é Unidade de Conservação de Proteção Integral, em parte dos territórios dos municípios de Jijoca de Jericoacoara, Cruz e Camocim, no litoral extremo-oeste do Ceará. A área protegida se estende a leste até a Vila do Preá e a oeste até a barra do Rio Guriú (Figura 9). O Parna é criado em fevereiro de 2002, com área de 8.416 hectares, pela recategorização parcial da área de proteção ambiental, criada em 1984. Redefinidos os limites, em junho de 2007, a área do Parna é ampliada para 8.850 hectares. A gestão do parque é de responsabilidade do Instituto Chico Mendes de Biodiversidade (ICMBio).

Figura 9 – Área do Parque Nacional de Jericoacoara



Fonte: ICMBIO (2017).

O Parque Nacional de Jericoacoara protege ecossistemas costeiros, assegura a preservação de recursos naturais e proporciona pesquisa científica, educação ambiental e turismo ecológico. ICMBio (2017) reconhece o elevado potencial turístico do Parna, que tem a Pedra Furada como ícone de Jericoacoara, servindo de cartão-postal. A formação rochosa é visitada por grande número de turistas, durante todo o ano. Outra formação rochosa que se destaca é o Serrote, ponto culminante do parque que se eleva à altitude de 95 metros, a nordeste de Jericoacoara. No perímetro do parque, destaca-se também o complexo de dunas móveis, em formato de meia-lua, chamadas “dunas barcanas”.

Na área, frágeis ecossistemas são protegidos. Nos limites do Parque Nacional de Jericoacoara, é proibida a construção de estradas, caça e pesca predatória, fogueiras ou qualquer tipo de poluição. Novas construções somente se permitem na área da Vila de Jericoacoara, com restrições: manutenção do padrão arquitetônico, ocupação no máximo de 50% do terreno, até dois andares. O tráfego de veículos é permitido somente em trilhas autorizadas, Trilha do Preá, Trilha da Lagoa Grande e Trilha do Mangue Seco/Guriú que ligam as respectivas entradas do parque à Vila de Jericoacoara. É proibido trânsito de veículos

automotores fora de trilhas, sobre dunas fixas e móveis, no Serrote e na Praia da Malhada (ROTADASEMOÇÕES, 2017). As regras impedem que ruas tenham postes de iluminação pública e que sejam asfaltadas. A rede elétrica subterrânea chega a Jericoacoara em 1998, para suprir casas e estabelecimentos. Antes disso, existia luz elétrica alimentada por geradores (JERI-BRAZIL, 2017). Não há, assim, postes nas ruas. As cinco ruas da Vila de Jericoacoara tem fiação subterrânea, cobertas de areias (Figura 10).

Figura 10 – Em Jericoacoara, rua coberta de areia, sem pavimentação e sem postes.

Iluminação pública com fiação subterrânea



Fonte: Mendes (2016) ⁵.

Proibição de construção de estrada e rodovia, bem como dificuldade de acesso, em atendimento à legislação do Parque Nacional (Parna) de Jericoacoara, dividem opiniões, apontada como grande obstáculo ao desenvolvimento turístico do destino. Por outro lado, justifica-se o fato de Jericoacoara não se considerar destino do turismo de massa⁶, mantendo caráter paradisíaco, que se constitui em motivação aos que desejam visitá-la. A inauguração do Aeroporto de Jericoacoara, em junho de 2017, no Município de Cruz, a 48 quilômetros da

⁵ Disponível em <http://www.viajeleve.net/o-dia-em-que-viajei-pra-jericoacoara-e-quase-morei-por-la/>

⁶ Entende-se por turismo de massa o turismo, globalizado e convencional, voltado à acumulação capitalista e ao uso intensivo de recursos naturais. Recebe os maiores investimentos de recursos financeiros e o foco das políticas públicas, comumente ocasionando processos de exclusão social de populações da região (BRAGA e SELVA, 2016). O turismo de massa é caracterizado pelo elevado fluxo turístico a um determinado destino, com oferta de produtos e serviços homogêneos, para uma demanda turística inexperiente e motivada basicamente pela oferta de sol e praia, a preços baixos, sem maiores preocupações com questões ambientais e culturais (BRASILEIRO, 2012).

praia de Jericoacoara, também divide opiniões e torna incerto o futuro do destino. Com voos comercializados e em operação, espera-se que o novo equipamento possibilite o crescimento de 7% do número de turistas, no primeiro ano de funcionamento, podendo chegar a 20%, nos próximos três anos (G1CE, 2017), considerado estratégico para a Rota das Emoções.

Praias de águas mornas constituem o principal atrativo do Parna de Jericoacoara. Além de visita e contemplação de monumentos naturais, realizam-se caminhadas e trilhas pelas praias e campos de dunas móveis, passeios de *buggy*, charrete, cavalo; passeios ecológicos em manguezais, passeio de canoa para observação de cavalos-marinhos, no manguezal do Rio Guriú; banhos de mar e lagoas, como Lagoa Azul e Lagoa do Paraíso, famosas pelas redes submersas -, prática de esporte náutico, *surf*, *kitesurf* e *windsurf*, favorecidos pelos fortes ventos da região, principalmente no segundo semestre do ano, período que coincide com o inverno europeu, atraindo turistas estrangeiros para a prática de esportes na praia cearense.

Ademais, a localização de Jericoacoara apresenta particularidades: próxima à linha do Equador, inserida no Polígono da Seca, clima ensolarado o ano todo, situada em península banhada pelo mar a leste e a oeste, o que a torna um de poucos lugares do Brasil continental, onde se contempla o nascer e o por do sol e da lua no mar (ICBC, 2010). A contemplação do por do sol sobre o mar é evento que reúne, diariamente, moradores e visitantes, na Duna do Por do Sol e na Pedra Furada. Na Vila de Jericoacoara, destacam-se atrativos turísticos à vida noturna agitada e diversidade gastronômica, em bares e restaurantes, com opções pela culinária regional e internacional.

Marco oficial da entrada de Jericoacoara como destino turístico internacional é o artigo publicado, em 1987, no *Post Travel Magazine*, do jornal americano *The Washington Post*, que indica Jericoacoara uma das mais belas praias do mundo sob todos os aspectos naturais (Figura 11). A fama da Vila de Jericoacoara, até então pequena aldeia de pescadores, atrai olhares e interesse de turistas de diversos lugares do mundo. Em 2008, Jericoacoara é escolhida pelo Ministério do Turismo como Destino de Referência, em Turismo de Sol e Praia.

Figura 11 – The Washington Post, 1987: “Jeri is one of the 10 nicest beaches in the world”



Fonte: VILAPREA (2017) ⁷.

Em Setembro de 2017, institui-se, pela Prefeitura de Jijoca de Jericoacoara, cobrança da taxa de turismo sustentável, no valor de R\$5,00 (cinco reais) por visitante e dia de permanência para os que visitam a Vila de Jericoacoara, conforme Decreto N°44/2017. O fato gerador é a utilização efetiva ou potencial, pelos visitantes, da infraestrutura física implantada e do acesso e fruição do patrimônio natural. Por lei, estão isentos da cobrança idosos e crianças até 12 anos, pessoas com deficiência física, moradores e trabalhadores da Vila e de Jijoca de Jericoacoara. A taxa é similar à cobrada na Ilha de Fernando de Noronha, em Pernambuco, em valor acessível (o valor cobrado, na ilha, é de R\$68,74, por dia de permanência). A cobrança da taxa justifica-se porque, assim como Fernando de Noronha, a Vila de Jericoacoara é área de proteção ambiental e necessita de investimento em ações de preservação. O percentual de 40% da receita, com a taxa de turismo sustentável, é

⁷ <https://vilaprea.com/jericoacoara-brazil/jericoacoara-in-washington-post/>

obrigatoriamente aplicado na Vila de Jericoacoara. Diz Severo (2017) que a Prefeitura de Jijoca utiliza 70% do montante, na manutenção da Vila de Jericoacoara, com 30% revertidos para melhorias estruturais, calçamento e limpeza pública. O boleto de cobrança é gerado no site⁸ da Prefeitura ou em cabines em estacionamentos da vila.

Ressalta-se que a sede do município, Jijoca de Jericoacoara, não se desenvolve como destino turístico, mas vivencia processo de requalificação do comércio, a fim de atender à demanda turística da Vila de Jericoacoara. Nesse sentido, ofertam-se serviços, transporte e frete, além de mercados e negócios similares, para abastecimento de pousadas, restaurantes e demais equipamentos da vila. A atividade turística se faz importante e traz ao município infraestrutura e serviços, como postos de saúde, serviços bancários e de telefonia.

Parte da Rota das Emoções, a cidade de Camocim, a 50 km de Jericoacoara, oferece passeio de buggy ou veículo 4x4. Por muito tempo, as atividades econômicas eram pesca e agricultura. Nos últimos anos, o município tem investido no fomento à atividade turística, com opções de passeio pelas praias tranquilas e semidesérticas, propícias ao descanso, como a Barra dos Remédios; ou de prática de esportes de aventura, como o *kitesurf* na Lagoa da Torta, favorecida pelos fortes ventos da região. A cidade fica à beira-mar (Figura 12), e é também banhada pelo Rio Coreaú. Da Avenida Beira-Mar se avista a Ilha do Amor, aonde se vai de lancha ou balsa, em passeio pelo Rio Coreaú. O casario é colonial, do século XIX, e a gastronomia com base em frutos do mar.

⁸ www.jjocadejericoacoara.com.br

Figura 12 – Porto de Camocim

Fonte: Lima (2014)⁹.

Barroquinha reúne atrativos naturais preservados, com paisagem de praias, dunas, coqueirais, nascentes e manguezais intocados. Trata-se de vila de pescadores, com quase nenhuma infraestrutura turística (Figura 13). Tem, na pesca artesanal, a principal atividade econômica, com forte influência na culinária. Pratos principais: moqueca de arraia e peixe camurupim, iguaria abundante na região (BARROQUINHA, 2017).

Figura 13 – Praia Nova, em Barroquinha

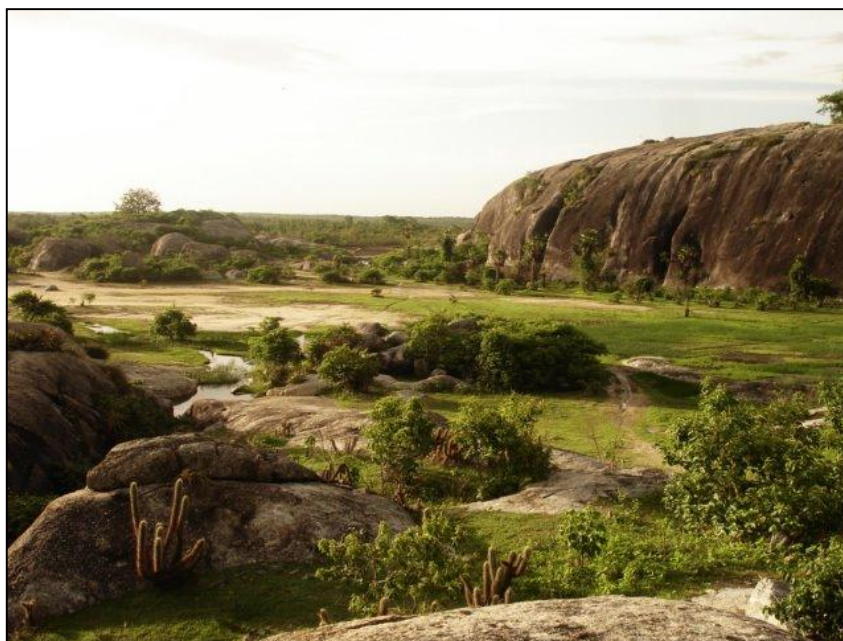
Fonte: Uchoa (2017)¹⁰

⁹ Disponível em: <<http://www.motonline.com.br/noticia/redescobrimdo-o-ceara-camocim-a-cidade-dos-%E2%80%98navios-voadores%E2%80%99/>>.

Chaval, último município cearense do roteiro, no litoral extremo oeste do Ceará, divisa com o Estado do Piauí. Apresenta relevo de monólitos gigantes que chamam a atenção do turista, entre os quais, Pedra da Gruta, Pedra do Céu, Pedra Santa, Pedra da Baliza e Pedra da Carnaúba (Figura 14). Realizam-se trilhas ecológicas, como a trilha do Parque do Oliveira, onde se contemplam formações rochosas, esculturas e pinturas rupestres, além de banhos em barragens da Passagem, do Caldeirão e Açude Itaúna, e prática da pesca de linha, às margens do Rio Timonha, cobertas de manguezais e boa piscosidade. Figura 15: vista do mangue (MAGALHÃES, 2017).

O estuário do Rio Timonha localiza-se na divisa do Ceará com Piauí, com maior e mais conservada área de manguezal remanescente do Ceará e uma das maiores ilhas estuarinas do Nordeste, Ilha Grande. É um dos principais berçários de peixes e crustáceos da região e reduto de espécies marinhas em extinção, como o peixe-boi marinho, tartaruga marinha e melro. O estuário integra a Rota do Atlântico para aves migratórias que vem de outros continentes, em busca de alimento. A biodiversidade abrange os municípios de Chaval e Barroquinha, no Ceará, e Cajueiro da Praia, no Piauí. O lugar é cercado pelos mangues e praias de águas doces e salgadas. É procurado pelos visitantes que buscam destinos preservados e inexplorados (OESTADO, 2015).

Figura 14 – Pedra da Carnaúba, em Chaval



Fonte: Mapio (2017)¹¹.

¹⁰ Disponível em: <http://www.pbase.com/alexuchoa/image/132413942>

¹¹ mapio.net/a/14476617/

Figura 15 – Vista do mangue, em Chaval



Fonte: Tripadvisor (2014)¹².

À entrada do Piauí, tem-se acesso à Área de Proteção Ambiental (APA) do Delta do Parnaíba (Figura 16). Com área de 307.590,51 hectares, a APA do Delta do Parnaíba, criada em 1996, compreende territórios do Maranhão, Ceará e Piauí, localizada em parte dos Municípios de Tutoia, Araióses, Água Doce e Paulino Neves, no Maranhão; inclui parte do território de Parnaíba, Luis Correia, Ilha Grande e Cajueiro da Praia, no Piauí; e parte dos municípios de Chaval e Barroquinha, no Ceará. A APA do Delta do Parnaíba é criada para proteger o delta dos rios Parnaíba, Timonha e Ubatuba, com fauna, flora e complexo dunar; de remanescentes de mata aluvial e recursos hídricos; melhorar a qualidade de vida da população residente, mediante orientação e disciplina das atividades econômicas; fomentar o turismo ecológico e educação ambiental; de preservação da cultura e tradição (IBAMA, 1998).

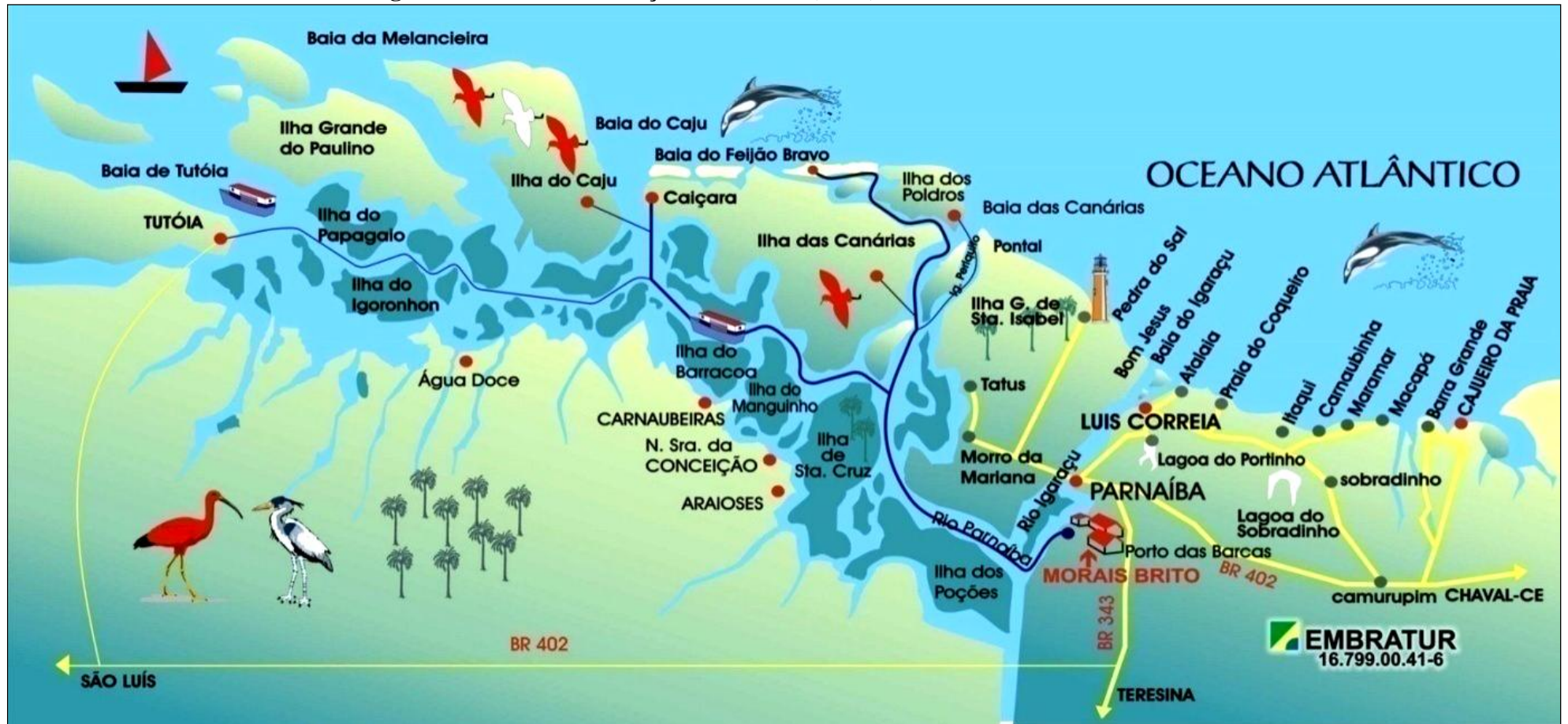
Conforme decreto de criação¹³, a Área de Proteção Ambiental (APA) é administrada e fiscalizada pelo IBAMA, em articulação com órgãos federais, estaduais e municipais, e organizações não governamentais. Proíbem-se ou restringem-se as seguintes atividades: implantação de atividade salineira e industrial potencialmente poluidoras; implantação de projeto de urbanização, realização de obras de terraplanagem, abertura de estrada e de canais e práticas agrícolas, iniciativas que importarem em alteração de condições ecológicas locais, principalmente de zonas de vida silvestre; atividades capazes de provocar

¹² https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g5305684-Chaval_State_of_Ceara-Vacations.html

¹³ Decreto s/nº, de 28 de Agosto de 1996, dispõe sobre a criação da Área de Proteção Ambiental Delta do Parnaíba, nos Estados do Piauí, Maranhão e Ceará, e dá outras providências.

erosão ou assoreamento de recursos hídricos; exercício de atividades que impliquem matança, captura ou molestamento de espécies raras, da biota regional, principalmente peixe-boi-marinho; uso de biocidas e fertilizantes de modo indiscriminado ou em desacordo com normas ou recomendações técnicas oficiais; despejo no mar, manguezais e cursos de água abrangidos pela APA, de efluentes, resíduos ou detritos, capazes de causar danos ao meio ambiente; retirada de areia e material rochoso em terrenos de marinha e acrescidos, que impliquem alterações das condições ecológicas (BRASIL, 1996).

Figura 16 – Área de Proteção Ambiental (APA) do Delta do Parnaíba

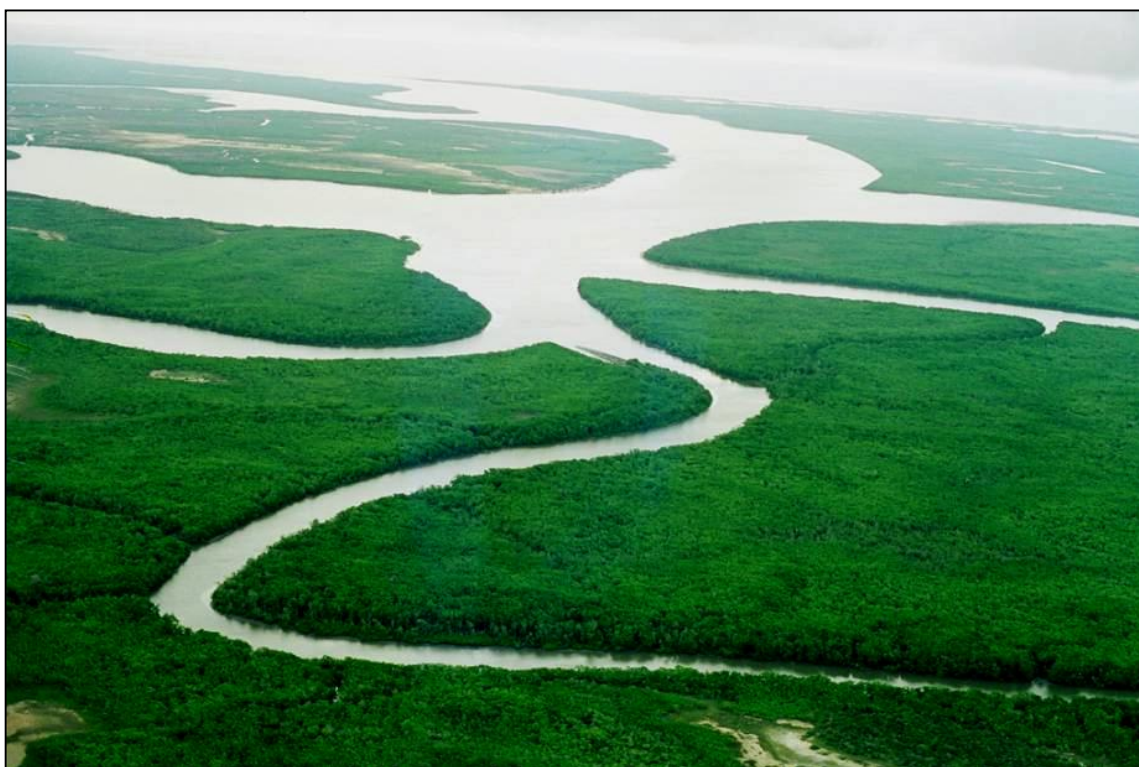


Fonte: A24HORAS (2016)¹⁴..

¹⁴ <http://a24horas.com/2/dia-do-meio-ambiente-tera-exposicao-sobre-a-apa-do-delta-no-parnaiba-shopping/>

Delta do Parnaíba é atrativo turístico raro. O Rio Parnaíba banha os estados do Piauí e Maranhão, separando-os. Nasce na Chapada das Mangabeiras, a aproximadamente 700 metros de altitude, no extremo sul do Maranhão e vai alargando-se ao receber afluentes, até tornar-se caudaloso. Percorre aproximadamente 1.344 quilômetros e deságua no Oceano Atlântico, formando único delta em mar aberto das Américas, conhecido como Delta das Américas. É o terceiro maior do mundo, ficando atrás apenas do Rio Mekong, na Ásia, e do Rio Nilo, na África. Na estação seca, frequentemente à margem esquerda, pertencente ao Maranhão, formam-se praias (BRASIL, 2006). O Delta se abre em cinco braços, com 73 ilhas fluviais, imagem exuberante, juntamente com as dunas e mangues. Figura 17: apresenta vista aérea do Delta do Parnaíba.

Figura 17 – Vista aérea do Delta do Parnaíba



Fonte: Revista Abril Viagem e Turismo (2017).

No Delta, litoral e rico ecossistema são os principais atrativos turísticos, com cidades de origem colonial, tradições culturais e artesanato típico. Peculiaridade faz do município de Parnaíba centro de recepção turística, no Delta do Parnaíba. A infraestrutura turística existente é complementada pelos municípios vizinhos, como Luís Correia e Araióses, completando condições de acesso e hotelaria. Os municípios são considerados núcleo receptivo do Delta, pelas condições de infraestrutura e atrativos naturais e culturais que oferecem.

Para se ter ao Delta do Parnaíba, os principais pontos de partida são cidades de Parnaíba, no Piauí, Tutoia ou Araióses no Maranhão, às margens do delta. Lima e Pedroza (2016) indicam que a melhor forma de apreciar o encontro do rio com o mar é a passeio de lancha, pelo Rio Parnaíba, até ao igarapé do Guirindó. A viagem segue de canoa a remo, observam-se jacarés, macacos e outros animais, em passeio conhecido como o “Safári no Delta”, com duração aproximada de cinco horas, terminando com a pesca de piranha. Além de atrativos naturais, destaca-se a beleza do artesanato piauiense, com peças feitas de conchas e crochê, no município de Cajueiro da Praia; artigos produzidos pela fibra da taboa, em Luis Correia e em Parnaíba, além de rendas da Ilha Grande (LIMA; PEDROZA, 2016).

Entre os municípios piauienses da Rota das Emoções, destaca-se Cajueiro da Praia que tem como atração científica Centro Peixe Boi de Pesquisa Biológica Marinha. Lá também se estuda o comportamento do cavalo-marinho para possível visitação ao habitat natural, sem depredação. O passeio é em canoa a vela pelo estuário do Rio Timonha e Ubatuba, com prévio agendamento com pescadores (ROTADASEMOCOES, 2010).

Luis Correia é município piauiense com a maior extensão de litoral (BRASIL, 2006a). Originalmente chamava-se Vila da Amarração e esteve sob jurisdição do Ceará, mas voltando a pertencer ao Estado do Piauí, em 1880, após governo reivindicar o território e oferecer, em troca, dois importantes municípios: Independência e Príncipe Imperial, que correspondem atualmente Crateús e Independência (ROTADASEMOÇÕES, 2017). Luis Correia é o principal refúgio de piauienses, em período de férias ou fim de semana prolongado. Praia de Atalaia e Praia do Coqueiro são as mais conhecidas, onde se concentram maiores eventos, no período do carnaval e ano novo (GUALITORALDOPIAUI, 2017). O município conta com lagoas, como a Lagoa do Portinho. Além disso, Luis Correia tem ventos adequados à prática de esporte de aventura, como o *kitesurf* e *windsurf*, considerada um dos melhores lugares do Brasil para a prática do *kitesurf*, tendo sediado importantes eventos esportivos, como o campeonato brasileiro da modalidade (BRASIL, 2006a). Figura 18: *kitesurf* na Praia do Coqueiro.

Figura 18 – Prática de kitesurf na Praia do Coqueiro, em Luis Correia, no Piauí



Fonte: ROTADASEMOÇÕES (2017)¹⁵.

Parnaíba, a 320 km de Teresina, capital do Piauí, é a principal cidade do norte piauiense, segunda maior do estado e uma de quatro cidades litorâneas do Piauí. Conhecida como Capital do Delta, por ser o principal portão de entrada ao atrativo, destaca-se, entre municípios piauienses, pela prestação de serviços, especialmente no setor turístico. A cidade conta também com aeroporto internacional, com localização estratégica para chegada ao Delta do Parnaíba, Lençóis Maranhenses, Camocim e Jericoacoara, também por isso estratégico para a Rota das Emoções.

Parnaíba preserva notável conjunto arquitetônico colonial do século XVIII, Porto das Barcas, principal polo turístico do município, às margens do Rio Igarapé, braço do Rio Parnaíba (MACHADO, 2012), situa-se à direita da ponte que liga Parnaíba à Ilha Grande. Antigos prédios para armazéns - com estoque de mercadorias, cera de carnaúba e babaçu, para exportação para países da Europa, Portugal, Espanha, Inglaterra e Alemanha -, sede da alfândega e empresas de navegação, hoje abrigam lojas de artesanato, agências de viagem, galeria de arte, salão de eventos, museu e posto de informações turísticas (DELTARIOPARNAIBA, 2017). Figura 19: Porto das Barcas, em Parnaíba.

¹⁵ www.rotadasemocoes.com.br

Figura 19 – Porto das Barcas, Parnaíba – PI

Fonte: Brito (2013)¹⁶

Em 2008, o Porto das Barcas é tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e, em junho de 2017, é anunciada a revitalização do complexo arquitetônico, em caráter de emergência, após vistoria da Coordenação de Registro e Conservação da Secretaria de Cultura do Estado do Piauí (Secult), ocasião em que é constatado comprometimento da estrutura do prédio. Danos à estrutura são causados pelos impactos ambientais, nos últimos dez anos, principalmente na área do Museu Náutico e entorno. A Secult tem até 180 dias para execução da obra, no valor de aproximadamente R\$8 milhões que contemplam, além do reordenamento e valorização do Porto das Barcas, instalação do Museu do Mar e do Ponto de Cultura (OLIVEIRA, 2017).

À entrada ao Maranhão, o atrativo-âncora da Rota das Emoções é o Parque Nacional (Parna) de Lençóis Maranhenses. A origem do nome da unidade de conservação vem da característica fisiográfica do parque, com relevo plano, constituído de areias quartzosas marinhas e cordões de imensas dunas de coloração branca. A visão, à observação o parque, do alto, assemelha-se a lençóis jogados com desleixo sobre a cama. Trata-se de único deserto brasileiro, entremeado com lagoas em parte do ano (BRASIL, 2006). Lagoas de água doce, com águas de tom azul-esverdeado, conferem autenticidade ao Parna. A unidade

¹⁶ <https://www.flickr.com/photos/deltadoparnaiba/9198284747>

apresenta grande beleza cênica e proporciona visão inigualável, fruto da ação da natureza, ao longo de milhares de anos. Figura 20: vista aérea de Lençóis Maranhenses.

Figura 20 – Vista aérea dos Lençóis Maranhenses



Fonte: Guichê Virtual (2017).

A criação do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses baseia-se na proposta do Projeto Radambrasil, para preenchimento de lacunas do então sistema de Unidades de Conservação, bem como em atendimento às reivindicações da comunidade científica e instituições que atuam na área ambiental do Estado do Maranhão (BRASIL, 2006a). Assim, a criação do Parna objetiva conservar amostras da diversidade de ecossistemas naturais, para assegurar continuidade de processos evolutivos, preservar comunidade natural, paisagem geológica e geomorfológica, garantir meio diversificado para futuras gerações e assegurar funções de autorregulação do ambiente (ICMBIO, 2017).

Criado em 1981, com área de 155.000 hectares, o parque abrange os municípios de Santo Amaro, Primeira Cruz e Barreirinhas, no Estado do Maranhão. Está inserido no bioma cerrado, composto de áreas de restinga, campo de dunas livres e costa oceânica. Localizado na região litorânea oriental maranhense, apresenta linha de costa regular e parte de sua extensão encontra-se coberta por vasta área de dunas de areia, que atingem até 40 metros de altura, por vezes, com soterramento de casas e carros. Da área total, 90 mil hectares são constituídos de dunas livres e lagoas interdunares. Trata-se do maior campo de dunas costeiras da América (LIMA e PEDROZA, 2016). Figura 21: área de abrangência do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

Figura 21 – Área de abrangência do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses



Fonte: Alves (2015)..

A gestão do parque é do ICMBio, em parceria com a ENEVA¹⁷ e Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (FUNBIO), pelo Programa de Adoção de Parques, para apoio físico, logístico e financeiro à implementação, administração e gestão ambiental do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. A vigência do termo de parceria tem duração de dez anos e totaliza investimento de R\$ 4,2 milhões. O Parna tem sido beneficiado com investimento da ENEVA, em infraestrutura, manutenção e aquisição de veículos terrestres e náuticos, operacionalizados pelo FUNBIO. Conforme orientação do ICMBio (2017a) e do Plano de Manejo do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, as normas para visita ao parque são apresentadas (Quadro 3) a seguir:

Quadro 3 – Regras de visitação do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses

- Serviços de transporte e condução somente podem ser realizados por veículos e profissionais credenciados;
- Visitas ao Parque Nacional em veículo 4x4 próprio precisam de prévia autorização da administração do ICMBio, em Barreirinhas;
- Proibida a venda, porte ou consumo de bebidas alcoólicas e drogas ilícitas no Parna;
- Proibido trânsito de veículo motorizado sobre o campo de dunas livres;
- Proibido fazer fogueiras, ascender churrasqueiras ou fogareiro;
- Proibido entrar no Parna em quadriciclos, motos, buggys, ou realizar enduros e rallys.
- Em caso de descumprimento às normas, visitantes e prestadores de serviços estão sujeitos a multas.

Fonte: ICMBio (2017a).

O melhor período de visita ao Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses é de maio a setembro, mas a unidade está aberta à visitação todos os dias, não se cobram ingressos, e é visitada por turistas nacionais e internacionais. Realizam-se caminhadas ecológicas, passeios de bicicleta, contemplação da fauna, piqueniques em áreas abertas à visitação; banhos em lagos e prática de esportes náuticos. As principais cidades de acesso ao parque são Barreirinhas e Santo Amaro, acessado também pelas cidades de Humberto de Campos e Primeira Cruz (ICMBIO, 2017a).

Para Barreirinhas, o principal acesso é pela rodovia MA-402, em estrada asfaltada. A cidade possui meios de hospedagem, restaurantes e agências de turismo que comercializam passeios ao Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses e a outros atrativos, passeio de barco ou lancha, chamada voadeira, pela foz do Rio Preguiças e boia-cross no Rio

¹⁷ A ENEVA é uma companhia brasileira de energia, que atua no Maranhão e no Ceará, com negócios complementares em geração, exploração e produção de hidrocarbonetos, gerando energia para abastecer as regiões Norte e Nordeste do Brasil (ENEVA, 2017). Formada em 2012, a partir da fusão da MPX, empresa de energia de Eike Batista, com a empresa alemã E.ON., a ENEVA constitui, à época da criação, a maior empresa de energia privada do Brasil (BRASILECONÔMICO, 2012).

Formiga. Acesso ao Parna, a partir de Barreirinhas, começa com a travessia do Rio Preguiças, de balsa. Daí em diante, apenas seguem viagem veículos 4x4 equipados com *snorkel*. O passeio pelo Rio Preguiças leva visitantes a conhecer, dentre outros, povoados ribeirinhos de Mandacaru, Caburé e Atins (ICMBIO, 2017).

Mandacaru é vila de pescadores que tem ao centro farol de 32 metros de altura, Farol das Preguiças, ou Farol de Mandacaru como também é conhecido, de onde se tem vista privilegiada do parque (Figuras 22 e 23). O farol foi construído em 1940, inaugurado no ano seguinte, com 160 degraus e vista panorâmica para Mandacaru, Atins, Caburé, Rio Preguiças, Lençóis Maranhenses e manguezais (PORTALBARREIRINHAS, 2017).

Figura 22 – Vista do Farol de Mandacaru



Fonte: Uchoa (2011)¹⁸.

Figura 23 – Farol de Mandacaru



Fonte: Uchoa (2011)¹⁹.

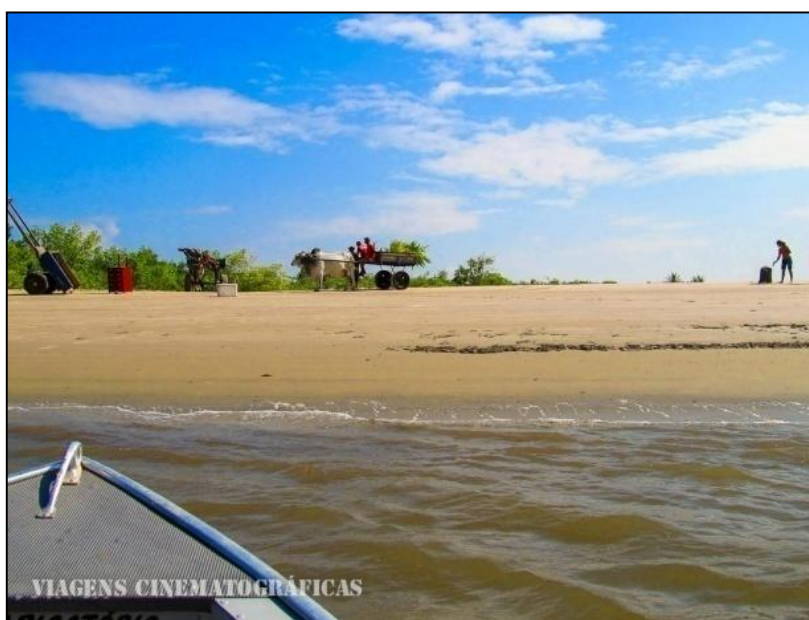
¹⁸ Disponível em: <<http://www.pbase.com/alexuchoa/image/136400011>>.

¹⁹ Disponível em: <<http://www.pbase.com/alexuchoa/image/136342521>>.

Caburé é pequeno vilarejo, entre Rio Preguiças e mar. Com mar calmo, águas limpas e faixa de areia clara e fofa, a Praia de Caburé é propícia ao banho e à prática de esportes náuticos. O lugar conta com infraestrutura de restaurantes e bares (PRAIAS-360, 2017).

Atins é antiga vila de pescadores, na foz do Rio Preguiças. Povoado que, segundo relatos, lembra a Vila de Jericoacoara, de antigamente, com ruas de areia, luz elétrica rara, sinal de celular difícil e poucos estabelecimentos que aceitam pagamentos com cartão de crédito. No local, são indicados passeio para contemplação de revoada dos guarás, pôr do sol no Bar Besouro e degustação do camarão da Luzia, no Canto do Atins, melhor camarão do mundo, segundo Freire (2015), famoso blogueiro especialista em viagem. Figura 24: chegada de barco ao povoado de Atins.

Figura 24 – Chegada de barco “voadeira”, em Atins



Fonte: Pastorello (2012)²⁰.

Atins é um povoado simples, em frente à foz do Rio Preguiças, indicado aos que buscam tranquilidade, contato com a comunidade local e natureza. Em Atins, também se praticam esportes: *kitesurf* (Figura 25), *windsurf*, caiaque, *stand up paddle*, passeio de bicicleta. O Rio Preguiças tem também as praias Ponta do Mangue, Moitas, Vassouras e Morro do Boi Pará (ICMBIO, 2017).

²⁰ Disponível em: <<https://viagenscinematograficas.com.br/2012/09/atins-como-chegar-lencois-maranhenses.html>>.

Figura 25 – Prática do kitesurf, em Atins



Fonte: Freire (2017)²¹.

Santo Amaro é um dos principais acessos ao Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Opção alternativa à entrada por Barreirinhas. Para chegar a Santo Amaro, percorre-se a Rodovia MA-402 até povoado de Sangue, de onde se percorrem 36 km, em trilha de areia, acessível a veículos tração 4x4 com *snorkel* (Figura 26). Dificuldade de acesso contribui com preservar a natureza e a autenticidade do lugar. Trata-se de vila, encravada em dunas, banhada pelo Rio Alegre e Lago Santo Amaro, a menos de dois quilômetros do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, acessado a pé ou em veículos traçados (ICMBIO, 2017).

Figura 26 – Veículo 4x4 no caminho entre Povoado de Sangue e Santo Amaro



Fonte: Feres (2017)²².

²¹ Disponível em: <<https://www.viajenaviagem.com/2013/09/atins-lencois-maranhenses/>>.

²² Disponível em: <<http://ricardoferes.com/project/lencois-maranhenses/>>.

Em Santo Amaro, existem opções de pousada, restaurante, farmácia, agência de receptivos e prestadores de serviços credenciados no ICMBio. Entre pontos turísticos lagoas: Lagoa da Gaivota, Lagoa da Betânia, Lagoa das Emendadas, além da Praia da Travosa. O ICMBio (2017a) considera a Lagoa da Gaivota a mais bela paisagem do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Figura 27: vista aérea da lagoa, localizada em área de nidificação de gaivotas de onde é possível observar aves. Outro ponto turístico é o cenário do filme Casa de Areia, drama de 2005, dirigido por Andruccha Waddington, com Fernanda Montenegro e Fernanda Torres, protagonistas.

Figura 27 – Lagoa da Gaivota, em Santo Amaro



Fonte: Feres (2017).

Por fim, Paulino Neves é município maranhense utilizado de acesso alternativo ao Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, em trecho da Rota das Emoções, indicado a visitantes que buscam aventura. Trata-se de caminho e trilhas, campo de dunas e praias, acessíveis apenas a veículos 4x4, equipados com *snorkel*. Nesse ponto, encerra-se a Rota das Emoções ou se inicia. De tal maneira, o roteiro que começa no Ceará, atravessa o Piauí e termina no Maranhão, ou vice-versa, passando pelas cidades, atrativos e paisagens descritas.

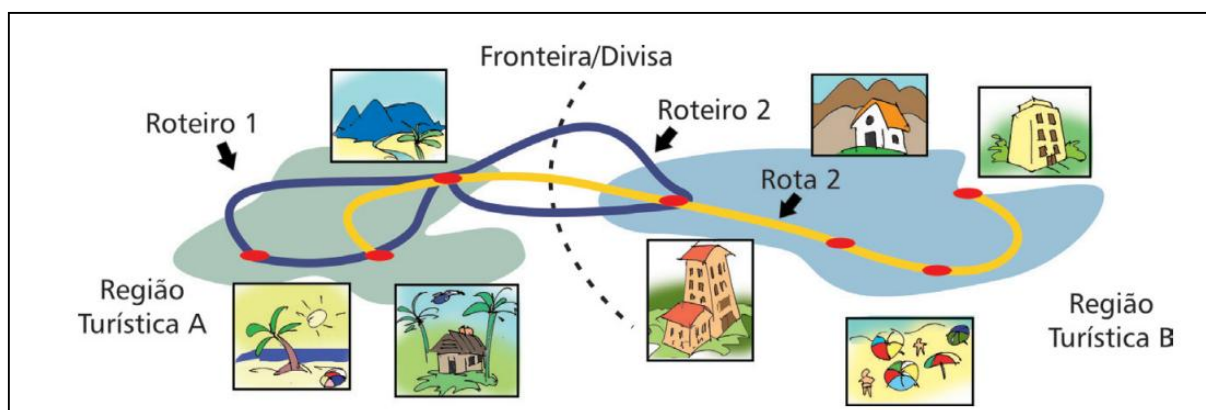
Para melhor compreender a Rota das Emoções é preciso destacar que região turística pode apresentar uma ou várias rotas, um ou vários roteiros (BRASIL, 2010a), e que existe diferença conceitual entre os termos rota e roteiro, usualmente utilizados como sinônimos. De acordo com o Ministério do Turismo, roteiro turístico é um “itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística”

(BRASIL, 2010a, p.31). Rota turística é “um percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada e atribuída pela utilização turística” (BRASIL, 2010a, p.32). Na concepção do Ministério do Turismo,

a rota é um itinerário com contexto na história, ou seja, o turismo se utiliza da história como atrativo para fins de promoção e comercialização turística, como por exemplo Estrada Real/ MG, Rota das Tropeiros/PR etc., onde o turista percorre o mesmo caminho trilhado por alguns personagens de uma determinada época. Na rota, existe uma sequência na ordem dos destinos a serem visitados e há sempre um ponto inicial e um ponto final. É importante ressaltar, também, que uma rota pode contemplar vários roteiros e passar por várias regiões turísticas. Já o roteiro turístico é mais flexível, pois não existe uma sequência de visitação. Não tem obrigatoriamente um ponto inicial e um final. O turista começa a visitação de qualquer um dos destinos. Um roteiro turístico pode passar por uma ou várias regiões e uma ou várias rotas – ele é eminentemente temático. Tanto a rota como o roteiro são elaborados para fins de promoção e comercialização. Assim, pode-se deduzir [...] que: região turística é a base para planejamento e ordenamento da oferta turística existente e que as rotas, roteiros e destinos podem constituir um produto turístico, que deve ser promovido e comercializado (BRASIL, 2010a, p.32).

Diferenças conceituais de roteiro turístico e rota turística são esquematicamente representadas na Figura 28:

Figura 28 – Roteiro turístico x Rota turística



Fonte: Brasil (2010a).

Ao trazer os conceitos para a realidade da Rota das Emoções, verifica-se que, apesar da denominação de “rota”, não existe sequência fixa ou predefinida de atrativos a serem visitados. A Rota das Emoções é flexível, e o visitante que deseja percorrê-la pode optar por iniciar o percurso de qualquer uma das extremidades, partindo de Jericoacoara ou Lençóis Maranhenses, ou mesmo a partir do Piauí, localizado na metade do percurso, dividindo-o em viagem mais curtas, seguindo ordem de preferência do visitante. Logo, a Rota das Emoções é, na verdade, roteiro que oferece Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses, como atrativos principais.

Comercializados principalmente por agências regionais, os pacotes turísticos²³ para a Rota das Emoções apresentam-se com flexibilidade, podendo ser adaptados e personalizados ao perfil do cliente. Em geral, os pacotes variam na origem, duração e ordem de visitação. Na maioria dos casos, iniciam de uma das extremidades, Fortaleza ou São Luís, mas existem agências, em menor número, que comercializam a partir do Piauí. Variedade e flexibilidade são observadas principalmente quanto à permanência do visitante na região e duração do roteiro. Pesquisa com 49 agências de viagem cadastradas no site da Rota das Emoções²⁴ mostra que são ofertados diversos roteiros denominados “Rota das Emoções”, em pacotes turísticos, com duração de 3 a 23 dias, a depender da disponibilidade do turista. Roteiros com menor e maior duração são disponibilizados, respectivamente, pela Agência Litoral Tur e Agência Eco Dunas (Quadros 4 e 5):

Quadro 4 – Pacote de 3 dias, da Agência Litoral Tur, para a Rota das Emoções

ROTA DAS EMOÇÕES Agência Litoral Tur- Pacote de 3 dias
1º Dia: Jericoacoara/Parnaíba Translado de Jericoacoara a Parnaíba off-road 4x4, fazendo o passeio na Lagoa da Torta, em Tatajuba, e do Cavalo Marinho, no Guriu. Pernoite em Parnaíba.
2º Dia: Parnaíba Passeio ao Delta do Parnaíba em chalana turística ou lancha rápida; Translado de Parnaíba à Caburé off – Road 4x4.
3º Dia – Caburé à Barreirinhas Passeio de lancha rápida no Rio Preguiças passando pelo Farol de Mandacaru e Vassouras;

Fonte: Litoralur (2017).

Quadro 5 – Pacote de 23 dias, da Agência EcoDunas, para a Rota das Emoções

ROTA DAS EMOÇÕES Agência EcoDunas – Pacote 23 dias
SÃO LUÍS (city tour e praia tour) + ALCÂNTARA + CURURUPU + FLORESTA DOS GUARÁS + ILHA DOS LENÇÓIS (retorno aéreo a São Luís) + BARREIRINHAS (expedição 4X4 ao Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses)+ REGIÃO DO CABURÉ (expedição fluvial: Mandacaru, Vassouras e Atins) + PAULINO NEVES + TUTÓIA + PARNAÍBA (Delta das Américas) + PARQUE NACIONAL DAS SETE CIDADES (expedição guiada) + CAMOCIM + TATAJUBA + JERICOACOARA (passeios inclusos) + MUNDAÚ + FOTALEZA (via praias)

Fonte: Ecodunas (2017).

²³ Pacote turístico: combinação de diferentes serviços que possibilitam a viagem, agrupados por tipos de ofertas: natural e cultural, técnica e comercial (VAZ, 2001). O descritivo do pacote turístico inclui formas de transporte, hospedagem e alimentação, quais atrativos e experiências do destino e quanto custa a viagem. Possibilita o entendimento geral da experiência turística a ser encontrada e se os custos para fazê-la são justos e possíveis.

²⁴ ROTADASEMOÇÕES (2017). Disponível em: <www.rotadasemoco.es.com.br>.

No entanto, o roteiro de 23 dias, apesar de denominado Rota das Emoções, inclui destinos que oficialmente não pertencem à Rota. Dos pacotes disponibilizados pelas agências cadastradas em site da Rota das Emoções, que envolvem estritamente a região composta pelos 14 municípios da Rota, com Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses, os pacotes variam de 3 a 14 dias.

Destinos turísticos da região também se distinguem quanto ao fluxo de turistas e serviços turísticos oferecidos na Rota das Emoções. O documento do Plano Meio-Norte destaca que Jericoacoara apresenta equipamentos turísticos sofisticados e responde pela maior parte do fluxo de turistas estrangeiros na região. A área dos Lençóis Maranhenses conta com infraestrutura turística simples, tem crescido o número de turistas nacionais e desperta interesse em mercados emissores internacionais. No Delta do Parnaíba, a atividade turística é incipiente em termos de infraestrutura e demanda, predominantemente composta por fluxo regional e local.

Fato é que a dimensão territorial da magnitude do roteiro da Rota das Emoções apresenta vantagem e desvantagem para o desenvolvimento turístico. O Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções aponta que as vantagens são a grande riqueza e variedade de atrativos turísticos naturais e culturais; força representada pela união dos três estados e diversidade de oportunidades e possibilidades para o desenvolvimento turístico que extenso território oferece. Em contrapartida, a dimensão territorial extensa afeta, de forma negativa articulação, identidade e coesão interna da Rota, condições imprescindíveis para configurar espaço turisticamente homogêneo e competitivo (BRASIL, 2014). É pensar que território precisa de gestão proativa e definição de estratégias que possam garantir alcance de objetivos. O desenho de perspectivas requer compreensão profunda da realidade - estrutura, economia, vantagens competitivas e fragilidades - para evitar problemas.

Na Rota das Emoções, os objetivos voltam-se para a promoção do desenvolvimento sustentável dos municípios da região e valorização do patrimônio natural e sociocultural. Para atingir os objetivos, Araújo (2013) comenta que a construção da Rota das Emoções tem sido parte de processo realizado por várias mãos e que o primeiro desafio é congrega diferentes pontos de vista, estágios de desenvolvimento turístico e ritmos de trabalho, preservando a identidade do espaço envolvido. Necessário que se entenda que o Ceará, Piauí e Maranhão possuem diferenças sociais e espaciais, além de políticas governamentais próprias. A criação da Rota das Emoções se insere nesse contexto.

4.3 A ESTRUTURAÇÃO DA ROTA DAS EMOÇÕES: CONCEPÇÕES E EXECUÇÃO

De acordo com o Ministério do Turismo, roteiros turísticos para integração do território nacional e diversificação de oferta do produto turístico brasileiro, se elaboram de forma a oferecer ao visitante ampla experiência e vivência da região. Assim, a roteirização efetiva-se com inserção de produtos diferenciados, nos mercados nacional e internacional, auxilia o incremento do fluxo turístico (BRASIL, 2015).

Segundo Rope (2011), a Rota foi pensada, pela primeira vez, na década de 1970, quando Everardo Guedes Montenegro - piauiense e ex-diretor da extinta Empresa Cearense de Turismo (EMCETUR) -, cria o Projeto Cepimar, que une siglas dos três estados, Ceará, Piauí e Maranhão. Agências de receptivo, em parceria com operadores nacionais e internacionais, comercializam o roteiro, desde os anos de 1990, com pacotes turísticos, interligando as ofertas dos três estados, atuando de forma isolada e desarticulada (BRASIL, 2006).

Em 2000, o Nordeste é escolhido sede de edição de importante evento internacional de corrida de aventura mundial: *Elf Authentique Aventure* (EAA), patrocinado pela empresa francesa *Elf Aquitaine*. A empresa organizadora aponta, como motivo da escolha, as características da região que permitem a realização das provas, e pelo fato de o Brasil ser pouco mostrado na mídia internacional (CORIOLANO e FERNANDES, 2007). O evento engloba prática de esportes radicais, rapel, *mountain bike*, natação, *trekking*, canoísmo, vela e cavalgada de aproximadamente 150 quilômetros. Conta com trinta equipes, com 210 competidores de cinco continentes e aproximadamente oitenta jornalistas internacionais. Outra competição, para conclusão oficial da *Elf Adventure*, é um projeto social na região, que exige dos competidores desenvolvimento de ações em cultura, educação ou saúde, na comunidade. Os projetos sociais são implementados pelas equipes antes, durante e depois do evento (MOUNTAINZONE, 2000). Fortaleza foi escolhida ponto de saída do evento e São Luís, de chegada. *Elf Authentique Aventure* (EAA) dá visibilidade internacional à Região Turística do Meio-Norte e à que será, anos depois, denominada Rota das Emoções.

No início dos anos 2000, a proposta de roteirização turística, advinda com o Ministério do Turismo, no âmbito do Programa de Regionalização, teve o objetivo de consolidar o Roteiro Integrado Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses. O elemento-chave, para roteirização de destino, consistia em fazê-lo competitivo nos mercados nacional e internacional, pela combinação de vantagens competitivas, em âmbito comercial, aliada ao fortalecimento de aspectos de formação de parcerias, integração efetiva de atores e qualificação de oferta turística.

A história oficial do Roteiro Integrado Jericoacoara - Delta do Parnaíba - Lençóis Maranhenses, inicia a partir do ano de 2005, com escolha do roteiro pelo Ministério do Turismo, para fazer parte de projeto piloto. Trata-se da 1ª Edição do Projeto Rede de Cooperação Técnica para Roteirização, em parceria com o Sebrae. Na primeira edição, envolvem-se 130 técnicos de todas as regiões brasileiras, descentralizam-se formas de gestão e promove-se estruturação de roteiros e produtos turísticos. A gestão é do Instituto Marca Brasil (IMB) e apoio da Associação Brasileira de Operadoras de Turismo (BRAZTOA) para comercialização. O resultado é a estruturação de cinco roteiros, para cada região: Roteiro Integrado Jericoacoara - Delta do Parnaíba - Lençóis Maranhenses, no Nordeste; Roteiro Turístico Caminhos da Revolução Acreana, no Norte; Roteiro Integrado Iguassu Misiones, no Sul; Roteiro Integrado Estrada Real – Caminho Velho, no Sudeste; e Roteiro Integrado Brasília - Chapada dos Veadeiros, no Centro-Oeste (IMB, 2009).

A implantação do projeto do Roteiro Integrado Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses inicia tão logo é firmada parceria entre Ministério do Turismo e Sebrae. Conforme orientação do Ministério do Turismo, a consolidação do roteiro é alcançada por meio de construção de parcerias, promoção de integração e compromisso, com adensamento de negócios, inclusão social, resgate e preservação de valores culturais e ambientais e investimento na região, com o objetivo de qualificar equipamentos e serviços ofertados (BRASIL, 2006). Figura 29: Mapa da Rota das Emoções, em parceria com o Sebrae.

Figura 29 – Mapa da Rota das Emoções



Fonte: Rota das Emoções (2014)²⁵.

²⁵ Disponível em: <http://rotadasemocoes.com.br/salaorotadasemocoes/mapa_da_rota.php>.

Para Duarte (2008), o primeiro passo de integração dos destinos turísticos dos três estados é incentivar a criação dos grupos gestor e executor. Grupo gestor, formado pela iniciativa privada, com representantes de diversos segmentos do *trade* turístico - meios de hospedagem, bares e restaurantes, agências de viagens, entre outros; e o grupo executor, formado pelas instituições que tem a iniciativa de integrar os estados em roteiro turístico.

A primeira ação efetiva do grupo gestor é a realização da 1ª Jornada de Negócios do Roteiro Integrado, em Maio de 2006, para tornar o roteiro comercialmente viável e proporcionar negócios entre participantes. Fazem contatos compradores e fornecedores locais, a fim de construir parcerias, gerar negócios e fortalecer a comercialização de destinos. Ao longo de cinco dias de evento, a caravana de empresários realiza visitas de conhecimento de atrativos, percorrendo o trajeto do roteiro. O sucesso do evento mede-se pelos 1405 encontros entre fornecedores e compradores, com 308 parcerias efetuadas, e 896 encontros com perspectivas positivas de realização de parcerias futuras. Segundo Duarte (2008), em relatório emitido pelo Sebrae, 99 empresas participantes atingiram as seguintes marcas (Tabela 2):

Tabela 2 – Atividades da 1ª Jornada de Negócios do Roteiro Integrado

Local	Encontros realizados	Parcerias efetuadas		Parcerias para o futuro		Parcerias sem interesse	
		Absoluto	%	absoluto	%	Absoluto	%
Barreirinhas	359	100	28%	234	65%	20	6%
Parnaíba	301	50	17%	188	62%	45	15%
Jericoacoara	745	158	21%	474	64%	97	13%
TOTAL	1405	308	22%	896	64%	162	11%

Fonte: Duarte (2008).

Em Junho de 2006, Roteiro Integrado Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses é oficialmente lançado ao público, pelo Ministério do Turismo, na 2ª edição do Salão de Turismo - Roteiros do Brasil, em São Paulo, apresentado como opção para interessados em sol e praia, aventura e ecoturismo, cultura, folclore e arte popular. Desde então, o Roteiro Integrado é trabalhado pelo Ministério do Turismo, por meio de ações e projetos de fomento, estruturação, promoção e incentivos à comercialização, com participação em eventos nacionais e internacionais.

Em Outubro de 2006, Roteiro Integrado é escolhido pelo Projeto “Vivências do Brasil: Aprendendo com o Turismo Nacional”, como roteiro referência de boas práticas, no segmento sol e praia. O critério de escolha é a indicação de regiões turísticas que trabalham o turismo de forma satisfatória, constituindo-se exemplo de boas práticas a serem assimiladas e replicadas, em regiões menos desenvolvidas. Trata-se de projeto de *benchmarking*, de

iniciativa do Ministério do Turismo, Sebrae e Braztoa, em que representantes de onze empresas de turismo de estados das Regiões Nordeste, Sudeste e Sul tem oportunidade de conhecer, *in loco*, estratégias e modelos desenvolvidos, ao longo do roteiro (BRASIL, 2006).

Em 2007, governos estaduais do Ceará, Piauí e Maranhão tornam-se importantes aliados do roteiro integrado, pela criação do Consórcio Público para a Região Turística do Meio Norte, ou Consórcio CEPIMA, como é conhecido o primeiro consórcio interestadual brasileiro, primeiro na área do turismo. A consorciação leva os três estados a planejar e executar ações prioritárias, para a região, em parceria, a fim de incrementar capacidades técnica, gerencial e financeira, na realização de obras, serviços e atividades de interesse comum, por meio de aliança jurídica específica. O processo de consorciação se faz importante pelas possibilidades de atuação, abrangência e oportunidades a serem geradas, através dele. Diz Mattos (2006) que,

As experiências de consórcios existentes caminham para um resgate dos conceitos de cooperação intergovernamental e solidariedade, e podem auxiliar a potencializar as ações de articulação microrregional. Os consórcios têm sido apontados como um instrumento que permite ganhos de escalas nas políticas públicas, além de ser um novo modelo gerencial que pode viabilizar a gestão microrregional. Têm possibilitado a discussão de um planejamento regional: a ampliação da oferta de serviços por parte dos municípios; a racionalização de equipamentos; a ampliação de cooperação regional; a flexibilização dos mecanismos de aquisição de equipamentos e de contratação de pessoal, entre outras vantagens (MATTOS, 2006, p.7).

O Consórcio CEPIMA é oficialmente lançado, em 2008, quando da assinatura de acordo que define princípios e regras de consorciação, bem como instalação e funcionamento de entidade executiva: Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS), criada com a finalidade de operacionalizar ações do consórcio, acelerar implantação de projetos turísticos e captação de recursos de três esferas do poder público e da iniciativa privada, para melhor estruturar o roteiro integrado, consolidando-o como destino nacional e internacional. Posteriormente, em 2009, a agência passa a associação pública, com duas Câmaras Técnicas, uma para Desenvolvimento do Turismo, outra para Desenvolvimento Regional Sustentável (RIPARDO, 2015).

São ações prioritárias três projetos iniciais, escolhidos para execução pelo Consórcio CEPIMA: construção da estrada que liga Barreirinhas, no Maranhão, a Parnaíba, no Piauí, com 169 quilômetros; construção de escola de turismo em Camocim, com oferta de cursos de nível superior e formação de profissionais para atuação no roteiro integrado; e ampliação do Aeroporto de Parnaíba, escolhido portão de entrada de turistas estrangeiros ao roteiro integrado, por situar-se no centro geográfico e apresentar melhor infraestrutura, embora considerada inadequada (ARAÚJO, 2012b).

O grupo gestor do roteiro integrado cria a Associação de Empresas de Turismo do Roteiro Integrado (AETRI), com sede em Parnaíba, importante passo no processo de consolidação da governança do território. A AETRI tem a finalidade de congregiar empresas turísticas dos Estados do Ceará, Piauí e Maranhão, que atuam no roteiro integrado, para representar a classe empresarial perante entidades públicas e privadas do turismo local e nacional, além de incentivar a instalação de rede de cooperação para atuação objetiva e integrada de empresas associadas (DUARTE, 2008).

Diz Duarte (2008) que o roteiro integrado apresenta boa divulgação e ganha visibilidade no mercado nacional, à medida que amplia a participação em feiras e eventos. No entanto, acredita-se ser necessário melhorar o *marketing*, com redefinição de nome, com apelo comercial, e criação de marca que traduza o roteiro. Por votação, tem-se o nome do Roteiro Integrado Jericoacoara - Delta do Parnaíba - Lençóis Maranhenses “Rota das Emoções Jeri - Delta - Lençóis”. Com a mudança, a AETRI se chama AETRE: Associação das Empresas de Turismo da Rota das Emoções. Figura 30: logomarca da AETRE.

Figura 30 – Logomarca da AETRE



Fonte: Duarte (2008).

Com a nova denominação, a marca da Rota das Emoções é criada com seta ascendente e meio sol, cor laranja, além de onda, cor azul (Figura 31). Os elementos integrados representam segmentos turísticos prioritários da Rota das Emoções: turismo de aventura, turismo de sol e praia e ecoturismo. A marca é lançada na ABAV 2007. Novo nome e marca são fatores motivadores à continuidade de ações conjuntas e integração do território consorciado.

Figura 31 – Logomarca da Rota das Emoções



Fonte: Rota das Emoções (2017).

Em 2008, Rota das Emoções é escolhida, pelo Sebrae, para compor edição da Coleção “Histórias de Sucesso”, na área de Comércio e Serviços - Turismo. A edição, em caráter nacional, relata histórias de empreendedores do roteiro integrado, inspirando e servindo de exemplo, como lições aprendidas, de material didático dos cursos do Sebrae. Também é desenvolvido, em parceria com o Sebrae, o Projeto “Rota das Emoções e Sua Competitividade no Mercado”, focado no aumento do fluxo de turistas na região, por meio da integração do artesanato e do turismo. Isso porque o artesanato é considerado cadeia produtiva que agrega valor ao turismo, em todas as regiões do país, à medida que resgata saberes e fazeres da região, valorizando-os, com inclusão de comunidades no processo turístico. Parte-se do pressuposto de que, qualificado o artesanato regional, é possível divulgar atrativos, no Brasil e exterior, com aumento de competitividade da Rota das Emoções no mercado. Diz o PortalAZ (2010) que, em estudos sobre o projeto, dezesseis grupos de produção são identificados ao longo do roteiro, seis no Ceará, sete no Piauí e três no Maranhão.

No período entre anos 2006 e 2008, verifica-se a atuação do Ministério do Turismo, em parceria com o Sebrae, direcionada à instalação da governança regional da Rota, formatação de novos produtos, melhoria de qualidade de estruturas e serviços, articulação produtiva entre elos da comercialização do produto, promoção de destinos integrados e pesquisas no mercado-alvo.

Em 2009, por ocasião da Brazil National Tourism Mart, é realizado *famtour*, para a Rota das Emoções, com 36 operadores de turismo e jornalistas de mídias especializadas de turismo, provenientes dos países: Inglaterra, Alemanha, Suécia, Bélgica, Finlândia, Estados Unidos, França e Noruega. A ação é iniciativa da Empresa de Turismo

do Piauí (Piemtur), Secretarias de Turismo do Piauí e do Ceará e da Fundação CTI Nordeste, para dar visibilidade internacional ao roteiro, com novas relações com a mídia especializada e oportunidade de negócios, tendo a Rota das Emoções como produto turístico disponível ao mercado europeu (BNTM, 2009).

A 4ª Edição do Salão do Turismo - Roteiros do Brasil, em 2009, é divisor de águas para o roteiro integrado, quando o Ministério do Turismo confere prêmio de “Melhor Roteiro Turístico do Brasil” à Rota das Emoções; e a Jijoca de Jericoacoara, o prêmio “Sustentabilidade sociocultural em Município” (BRASIL, 2012). Concorreram ao prêmio de melhor roteiro turístico nacional mais de noventa destinos, entre regiões e roteiros de todo o Brasil, submetidos à extensa avaliação de quinze técnicos e especialistas. Segundo Lima (2009), o prêmio representa acerto do plano institucional do consórcio, nos mercados nacional e internacional, e reconhecimento do Ministério do Turismo à Rota das Emoções, conferindo-lhe novas perspectivas. Com o prêmio, a Rota ganha ampla divulgação em documentos, *releases* e projetos do Ministério do Turismo (Figura 32), com expectativa de incremento do fluxo turístico e integração de ações institucionais ao turismo regional.

Em 2010, no Projeto “Rota das Emoções e sua Competitividade no Mercado”, é repassada aos artesãos a metodologia de produção associada ao turismo, com a definição de plano de atuação para cada entidade e formatação do produto inovador. O grupo de trinta artesãos do Ceará, Piauí e Maranhão realiza a Rota das Emoções, para conhecimento da história e atrativos regionais, em viagem de reconhecimento, troca de experiências e informações, a fim de tornar artesãos agentes multiplicadores do roteiro integrado, utilizando-se do momento da venda do artesanato, para divulgação, junto aos turistas (PORTALAZ, 2010).

Em ambiente virtual, a Rota das Emoções é pioneira na criação de *website* oficial para o roteiro integrado²⁶. Lançado em 2010, o *website* é o canal digital de divulgação e distribuição do produto, com possibilidade de realizar trabalho sistematizado de negociação e comercialização. O ambiente virtual da Rota das Emoções oferece dados gerais do roteiro, notícias e dicas de viagem, além da oferta de produtos e serviços turísticos da região. Por meio do *website*, tem-se a opção de montar pacotes personalizados, no link “Planeje sua viagem”, que funciona da seguinte forma: ao navegar em seções do *website*, em que se oferecem produtos ou serviços, o cliente encontra botão “Adicionar ao planeje sua viagem”.

²⁶ www.rotadasemocoes.com.br.

Figura 32 – Rota das Emoções na Revista Roteiros do Brasil, do Ministério do Turismo



REGIÃO NORDESTE



Informações: www.turismobrasil.gov.br

IMPERDÍVEL

Delta do Parnaíba. Raro fenômeno de natureza que ocorre também nos Rio Nilo, na África, e Mekong, no Vietnã. Sua configuração se assemelha a uma mão aberta, em que os dedos representam as barras de Tutóia, Caju, Igarapé, Canárias e Melancieira, que se ramificam, formando um grandioso santuário ecológico. Rios, flora, fauna, dunas de areias alvas, banhos de lagoa e de mar são alguns atrativos que o lugar oferece. É hoje o maior produtor de caranguejos do país, e suas belezas naturais têm atraído turistas do mundo inteiro. São oferecidos passeios de barco ao delta com saídas diárias, no Porto dos Tatus – Ilha Grande – em barcos com capacidade de média de 60 passageiros ou em lanchas rápidas.

DICA IMPORTANTE
Melhor época do ano para fazer este roteiro: agosto e setembro.
Duração: 7 dias

**ROTEIRO INTEGRADO JERI/DELTA/LENÇÓIS:
ROTA DAS EMOÇÕES**

Belas paisagens, emoção e muita aventura esperam o turista nesse fascinante roteiro, pelo qual é possível conhecer três das mais importantes e encantadoras áreas de proteção ambiental do Brasil.

O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, com suas lagoas de águas cristalinas em meio a dunas de areia branca, é um dos paraísos.

O Delta do Parnaíba, segundo ponto turístico do itinerário, é um dos únicos do mundo em mar aberto e o maior das Américas. Sua paisagem única, de dunas, mangues

e ilhas fluviais, garante o cenário para distaco dessa região do Piauí.

Outro polo de grande apelo é Jericoacoara, vilarejo localizado dentro de um parque nacional, conjunto de belezas variadas, de cenários diferentes, reunidos num único local, onde o intenso contato com a natureza e seus moradores são os destaques.

Inúmeros lugares praticamente inexplorados pelo homem, entre dunas, lagoas, mangues, muito sol e água quente do mar revelam um Nordeste diferente e inesquecível.

PRINCIPAIS ATRATIVOS

- *Artesanato (crochê, ponto cruz, bordados, vagonite, madeira, cestaria, artigos pessoais, artigos de casa, chapéus, tapetes, abanos, cerâmica, tramas, ferro, tecido, renda), culinária local ("caranguejo quebrado na hora", camarão torrado de água doce, torta de caranguejo, caranguejo toc-toc, patinhas de caranguejo à milanesa, iscas de filé de pescada, bolinho de peixe, camarão ao alho e óleo, cavala ou serra ao molho escabeche e ao molho de camarão, pescadinha frita, coró, tainha, mexilhão, molusco taioba, ostras), joias e gemas (bijuterias produzidas com sementes de frutos nativos e cascas de coco de babaçu), manifestações culturais (Buma-Meu-Boi).*
- *Barrairinhas: Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.*
- *Caburé: Rio Preguiças e Morro do Bol.*
- *Paranaíba: Oásis do Rio Novo, Paulino Neves, Lagoinha e Tutóia, Delta do Parnaíba.*
- *Jericoacoara: Praia do Preá, Lagoas Azul e Paraíso.*

200

ROTEIROS INTEGRADOS



Jiço de Jericoacoara, no Ceará

201

ROTEIROS INTEGRADOS

Fonte: Brasil (2011).

Com isso, é possível adicionar meios de hospedagem, ao longo do roteiro, locais de alimentação, passeios e serviços. Semelhante à loja virtual, o cliente acrescenta produtos e serviços ao “carrinho de compras” que, nesse caso, é ícone em formato de mala de viagem. Definido o roteiro personalizado, é possível enviá-lo às agências de viagem cadastradas no *website*, para que possam elaborar o orçamento do pacote e enviá-lo ao cliente.

O *website* da Rota das Emoções disponibiliza informações sobre o roteiro integrado; apresenta possibilidades de diversificação e personalização, instigando a curiosidade do visitante em potencial ao conhecimento de experiências. A possibilidade de criação de pacotes personalizados tem o objetivo de incentivar as agências de viagem a novos desafios e parcerias. Figura 33: tela inicial do *website* da Rota das Emoções.

Figura 33 – Website da Rota das Emoções



Fonte: Rota das Emoções (2017).

Em 2010, dá-se continuidade às ações que buscam tornar a Rota das Emoções competitiva, no mercado internacional. No calendário de ações, em parceria com a Embratur, Comitê Visite Brasil e Sebrae do Ceará, Piauí e Maranhão, busca-se atingir mercados da Argentina, Portugal, Itália, Espanha e Alemanha: países escolhidos pelo elevado potencial de compra, no mercado-alvo internacional, e tipo de produto oferecido na Rota das Emoções. O material de divulgação do roteiro integrado é traduzido para o inglês e espanhol, e são realizadas participações em feiras e eventos do setor turístico nos países-alvo, além de

fampress, com jornalistas de mídias especializadas, para geração de matérias e notícias sobre a Rota, para incentivo à vinda de leitores.

O ano de 2010, para a Rota das Emoções, Oliveira (2011) considera de desafios e avanços. Conforme Relatório Técnico de Execução, o sucesso do projeto é reafirmado pelos 118% de aumento da taxa de empresas legalizadas, quando a meta era de 10%. Ademais, 105 empresas renovaram ou fizeram Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas (Cadastur), do Ministério do Turismo. Somente com o Cadastur, as empresas são consideradas aptas a entrar em qualquer ação comercial do Ministério do Turismo e da Rota das Emoções. O Relatório Técnico de Execução apresenta avanços:

- Implantação de política comercial integrada;
- Introdução de princípios básicos de sustentabilidade nos meios de hospedagem;
- Desenvolvimento do conceito de economia da experiência em roteiro integrado;
- Criação de canal digital de distribuição do produto;
- Trabalho sistematizado de comercialização;
- Processo coletivo de acesso ao mercado internacional, em parceria com o Ministério do Turismo e a Embratur.

O Relatório Técnico de Execução 2010 estima geração de renda no roteiro integrado. No documento, define-se o valor médio de R\$1.800,00, por pacote individual, para a Rota das Emoções. Valor suficiente para pagar despesas e serviços prestados, ao longo da Rota, sem incluir transporte aéreo. Ao relacionar o valor com o número absoluto de clientes da Rota, no período entre 2008 a 2010, chega-se ao montante de R\$36,8 milhões, em 2010. Em 2009, R\$30,1 milhões e, em 2008, R\$23,3 milhões. Geração de renda é associada diretamente à renovação da frota de agências parceiras, em 65%; às reformas físicas empreendidas nos meios de hospedagem; e às melhorias de infraestrutura por parte do poder público. Com os números, Oliveira (2011) demonstra a importância da Rota das Emoções na geração de recursos para a cadeia produtiva do turismo, em benefício da região.

Em 2011, a Operadora CVC lança o Projeto “Circuitos CVC”, com roteiros rodoviários, organizados em séries. A Rota das Emoções faz parte da “Série Descobertas”, primeira a ser lançada, incluindo viagem de experiência a destino pouco explorado e de difícil acesso, para interessados em turismo de aventura. Pelo alcance da operadora, a inclusão da Rota das Emoções, entre produtos ofertados pela CVC, não é somente parte de estratégia comercial, mas estratégia de promoção e divulgação do roteiro, a fim de popularizá-lo e torná-lo conhecido, acessível e viável ao grande público.

A Rota das Emoções realiza ações estratégicas, no mercado europeu, em 2011, com participação na Feira Internacional de Turismo (BTL), em Lisboa; na Bolsa Internacional de Turismo de Berlim (ITB), na Alemanha, considerada maior feira de turismo do mundo; e na TTG Incontri, na Itália. Além de ações internacionais, a Rota das Emoções volta-se à região, ao desenvolver estudo de identidades gastronômicas, com o Sebrae, para elaboração de roteiro gastronômico específico que reúne história, cultura, saberes e fazeres do território, integrando o Projeto “Rota das Emoções e sua Competitividade no Mercado”. O projeto contempla a ambientação dos estabelecimentos e a introdução de manifestações culturais, como forma de agregar valor ao produto turístico. No período, entre 2009 a 2011, a Rota das Emoções intensifica a integração aos mercados nacional e internacional, desenvolvendo e qualificando empresas da Rota, para incremento do fluxo nacional e internacional de turistas.

Em 2012, no entanto, a Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS) da Rota das Emoções é desativada, retomando as atividades em 2016. Emir (2016) relaciona o ocorrido ao pouco zelo dos governadores do Ceará, Piauí e Maranhão, quanto à continuidade do Projeto da Rota das Emoções, aliada à falta de apoio do Ministério do Turismo e da Embratur, corresponsáveis pela execução da política de turismo nacional. O autor lamenta que a agência tenha deixado de funcionar dois anos antes da realização da Copa do Mundo de Futebol, de 2014, e afirma:

Se tivessem tido um pouco mais de preocupação com a promoção do turismo brasileiro, em especial do Nordeste [...] jamais teriam permitido que a Rota das Emoções tivesse perdido sua importância e poderia estar consolidada internacionalmente, como um destino atraente, tanto foram os turistas que circularam pelo país à época do evento esportivo (EMIR, 2016).

O interesse de enfatizar ações de promoção do roteiro integrado para a Copa do Mundo de Futebol, de 2014, se deve à relevância do megaevento, como oportunidade de dar visibilidade à Região Turística do Meio-Norte, aproveitando-se da presença maciça de mídia internacional, no Brasil, e da oportunidade de gerar novos negócios, atraindo turistas, para realizar o roteiro, aproveitando-se do incremento do fluxo turístico no período dos jogos, em cidades-sede, a exemplo de Fortaleza, importante portão de entrada para a Rota.

Isso porque a Rota das Emoções é escolha da Embratur e Ministério do Turismo, juntamente com outros destinos, para serem trabalhados turisticamente durante o megaevento esportivo de 2014. O Parque Nacional de Jericoacoara e o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses são tidos “Parques da Copa”: parceira entre o Ministério do Turismo e o Ministério do Meio Ambiente (MMA), como estratégia para incremento do turismo nos

parques brasileiros, durante o evento; dinamização de economias; geração de emprego, impostos e receitas para parques e unidades, melhorando a imagem do País (RIBEIRO, 2012).

Em novembro de 2014, é divulgado o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções, contratado pelo Ministério do Turismo e executado pelo consórcio espanhol das empresas THR, T4 Consultoria, Acciona Ingeniería e Acciona Engenharia, com objetivo de diagnosticar o nível de desenvolvimento da região e formular propostas para alavancar a economia. O diagnóstico apresenta roteiro com carências e deficiências estruturais e operacionais que representam obstáculos ao desempenho competitivo atual e futuro da Rota das Emoções. De acordo com o documento, carências e deficiências operacionais estão condicionadas a único fator estrutural determinante: complexidade do território de abrangência da Rota das Emoções (BRASIL, 2014). Problemas estruturantes identificados:

- Complexidade do território que repercute sobre sua articulação e coesão;
- Ausência ou inatividade de órgão de gestão centralizada;
- Insuficiência de indicadores de atividade e desempenho;
- Marca baseada em conceito difícil de concretização;
- Insuficiência de elementos fortes de diferenciação.

A complexidade do território traz vantagens e desvantagens. A principal vantagem associa-se à diversidade de atrativos naturais e culturais, com destaque para Lençóis Maranhenses, Delta do Parnaíba e Jericoacoara. Extenso território e diversidade de atrativos representam oportunidades e possibilidades de desenvolvimento turístico. Três estados e os quatorze municípios do roteiro integrado, por um lado representam força, potencial e sinergia, pela cooperação entre atores envolvidos. Por outro lado, a dimensão territorial associada à quantidade de atores, é vista como desvantagem, pela dificuldade de articulação de realidades política e socioeconômica distintas, e de conciliar interesses diversos, para realização de objetivos comuns.

A marca, baseada em conceito difícil de ser realizado, é referência ao nome escolhido para o roteiro integrado. A marca “Rota das Emoções” baseia-se em conceito rico e sugestivo, mas genérico, amplo, etéreo, sujeito a interpretações variadas, pois toda experiência turística causa emoção forte ou fraca, positiva ou negativa. De tal maneira, a denominação não define roteiro integrado específico nem o diferencia dos demais. Por não ser atributo exclusivo e específico da Rota, a emoção como marca torna vulnerável o posicionamento competitivo do roteiro integrado.

No Plano Estratégico, a Rota das Emoções é avaliada sob aspectos de fortalecimento institucional, monitoramento, empreendedorismo e atração de investimento, infraestrutura, qualificação dos serviços e produção associada ao turismo, planejamento e posicionamento de mercado, promoção e apoio a comercialização, informações ao turista (BRASIL, 2014). A seguir, resultados do diagnóstico:

- Quanto ao fortalecimento institucional, os governos municipais e estaduais são considerados pouco ativos, na gestão de fatores de produção - estrada, sinalização, administração dos recursos naturais. Mudanças de gestão municipal são apontadas como desafio, em virtude da descontinuidade do roteiro integrado, justificando-se, por isso, a necessidade de órgão administrador independente para a Rota das Emoções, com gestão unificada e centralizada, funções de monitoramento, rigor técnico e financeiro.
- Quanto ao monitoramento, faltam dados confiáveis atualizados sobre o turismo, principalmente sobre demanda. As informações produzidas tratam a rota de forma fragmentada, abrangendo municípios de forma isolada, mas não dizem respeito à Rota das Emoções de forma integral.
- Quanto ao empreendedorismo e à atração de investimentos, são deficiências: informalidade do setor, base tecnológica antiquada e inadequada, capacidade de gestão insuficiente, dificuldade de financiamento de investimento, limitação dos órgãos de representação, falta de capacidade local e limitação de oportunidades de negócio e investimento.
- Quanto à infraestrutura, oferta da Rota das Emoções (Quadro 6):

Quadro 6 – Oferta de Infraestrutura na Rota das Emoções

Área	Situação	Necessidade de melhoria
Aeroportos	Suficientes	Não
Conectividade dos Aeroportos (Fortaleza e São Luis)	Deficiente	Necessária
Estradas	Muito deficiente	Imprescindível
Segurança	Deficiente	Imprescindível
Sinalização	Deficiente	Imprescindível

Fonte: Brasil (2014).

- Quanto à infraestrutura complementar, identifica-se grande diversidade de órgãos públicos e privados ligados à produção e à gestão; compatibilidade de ações ou inações relativas à preservação do meio ambiente; mau estado da infraestrutura de saneamento básico e dimensionamento inadequado.

- Qualificação profissional: a Rota gera 7000 empregos diretos, dos quais 35%, temporários, o que é dificuldade para ações de capacitação de mão de obra. Quanto à qualificação dos serviços, identifica-se que o ambiente empresarial da Rota das Emoções está essencialmente formado pelas pequenas empresas, de estrutura familiar, com capital insuficiente. Consta-se falta de inovação e espírito empreendedor, desânimo e desmotivação, entre empresários do setor, bem como dificuldade de acesso a linhas de crédito. Quanto à qualificação da produção associada ao turismo, observa-se que raramente é aproveitada como atividade de interesse do turismo. Ademais, é relevante a quantidade de estabelecimentos que importam produtos de capitais e cidades de maior porte, especialmente restaurantes e meios de hospedagem, o que gera dependência de insumos externos e eleva custos de produção.
- Quanto a planejamento e posicionamento de mercado da Rota das Emoções, verifica-se oferta diversificada de atrativos naturais e culturais: parques nacionais, paisagens naturais, praias, lagoas e dunas; oportunidade para prática de esportes, além de rica gastronomia e usos tradicionais, como a pesca de curral e contato com as comunidades, e arqueologia. Os 14 municípios da Rota, no entanto, apresentam diferentes graus de consolidação, tendo-se observado grande polarização da demanda por parte de destinos indutores – Jericoacoara, Parnaíba e Barreirinhas. Escolha e formação do produto Rota das Emoções são acertadas, consistentes e coerentes com a demanda do mercado turístico. No entanto, o posicionamento de mercado adotado é vulnerável.
- Quanto à promoção e comercialização, o diagnóstico identifica que a comercialização da Rota, em conjunto, é escassa; destinos indutores são vendidos individualmente na origem. Sites e folhetos das agências de viagem divulgam a Rota das Emoções, meios de hospedagem não divulgam o roteiro. Quanto ao *website* da Rota das Emoções, a ferramenta está incompleta, pois nem todas as empresas do roteiro estão registradas. Poucas operadoras comercializam a Rota das Emoções e é inexpressiva a presença da Rota das Emoções, em canais de comercialização internacionais. De modo geral, a comercialização da Rota das Emoções não é especializada nem específica, pois são vendidas “todas as emoções para todos os públicos”, com registro da atuação constante do Sebrae, em ações de promoção e comercialização do roteiro.
- Quanto às informações turísticas, são indicadas as principais conclusões do diagnóstico: setores público e privado interessados em desenvolver estrutura de

informações aos turistas; existe estrutura de recebimento bem desenvolvida, de modo geral; placas em rodovias indicando, municípios e atrativos e, em vários municípios, previsão de projetos de melhoria da sinalização turística e de informação ao visitante. No entanto, praticamente não existe sinalização rodoviária e turística no interior dos municípios. Em alguns municípios, não há indicações de municípios vizinhos; acessos aos parques não são sinalizados; não existem centros de informação ao turista na Rota; e materiais promocionais e folhetos são divulgados sem identificação da Rota, em língua portuguesa.

- Quanto à atuação da administração pública na Rota das Emoções, consideram-se insuficientes as políticas, iniciativas e ações concretas voltadas à melhoria da oferta de serviços turísticos.

Pelos aspectos avaliados, a Rota das Emoções apresenta realidade adversa ao que espera o Ministério do Turismo, com o Programa de Regionalização. Trata-se de um cenário pouco otimista e desafiador, com gargalos e entraves que precisam ser superados para dinamização do roteiro e, efetivamente, integrar a Região Turística do Meio-Norte. Com base no diagnóstico, 24 ações são propostas, para tornar a Rota das Emoções destino turístico diferenciado, eficiente e competitivo, com alto padrão de qualidade, com alto grau de cooperação e colaboração entre agentes dos setores público e privado e da comunidade, conforme visão de futuro do Plano Estratégico. As ações propostas estão listadas com prioridade de execução (Quadro 7):

Quadro 7 – Priorização das Ações do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

(continua)

FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL	
Ação	Prioridade
Criação ou ativação dos órgãos de gestão nos níveis estratégico e operacional	Muito alta
Programa de Capacitação para fortalecer a capacidade de gestão institucional	Alta
Organização do “Encontro Profissional da Rota das Emoções”, com periodicidade anual	Alta
MONITORAMENTO	
Implantação do Observatório de Turismo da Rota das Emoções	Muito alta
EMPREENDEDORISMO E ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS	
Catálogo de oportunidades de negócios no setor turístico na Rota das Emoções	Muito alta
Eventos de informação e captação de investidores e estímulo ao empreendedorismo	Alta
Criação de um serviço de orientação a potenciais investidores	Média
INFRAESTRUTURA	
Inventário de necessidade de infraestrutura, equipamentos e serviços públicos	Alta

Quadro 7 – Priorização das Ações do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

(conclusão)

QUALIFICAÇÃO DE SERVIÇOS E DA PRODUÇÃO ASSOCIADA AO TURISMO	
Mapeamento e estímulo à produção associada ao turismo	Muito alta
Cursos de qualificação profissional nos níveis gerencial e operacional	Alta
Dimensionamento da demanda do setor turístico por itens	Média
Aprimoramento do Sistema de Qualidade Turística da Rota das Emoções	Média
Realização de programa de informação e sensibilização sobre os benefícios da formalização	Média
PLANEJAMENTO E POSICIONAMENTO DE MERCADO	
Elaboração do menu de experiências turísticas da Rota das Emoções	Alta
Realização de um programa de seminários sobre técnicas de trabalho em cooperação	Alta
Elaboração de um Plano de Marketing para a Rota das Emoções	Alta
Articulação e divulgação de um programa de eventos	Média
PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO	
Criação de um sistema de Customer Relationship Management (CRM)	Muito Alta
Aproveitamento da página web Rota das Emoções como ferramenta comercial	Alta
Desenvolvimento de publicidade em cooperação	Média
Desenvolvimento de programa de Relações Públicas	Média
INFORMAÇÕES AO TURISTA	
Criação de um sistema integral de sinalização turística	Muito alta
Criação de três Centros de Interpretação	Alta
Produção e divulgação de folhetos segmentados por linhas de produto	Média

Fonte: Brasil (2014).

Em face do Quadro 7, a primeira ação de fortalecimento institucional, com prioridade "muito alta", trata da criação ou ativação de órgãos de gestão, em níveis estratégico e operacional. Ações outras são executadas pelo órgão gestor do roteiro integrado. Nesse sentido, em 2016, a Rota das Emoções volta a ganhar destaque no cenário de políticas públicas do turismo regional, anunciada a retomada de articulações, em reativação da Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS) da Rota das Emoções.

O momento marca o reinício de ações conjuntas dos três governos estaduais para desenvolvimento da região, o que é visto com otimismo, importante iniciativa na perspectiva do aprimoramento institucional e da melhoria de condições de infraestrutura básica do território turístico da Rota das Emoções. Diz Braga (2016) que a articulação, para reativar a agência, mostra a capacidade dos três estados de superar diferenças políticas e socioeconômicas a fim de promover a região em conjunto, com trabalho integrado, entre governo federal e estadual, fundamental para assegurar o desenvolvimento turístico da região.

Em janeiro de 2016, os governadores do Ceará, Piauí e Maranhão anunciam a reativação da agência e firmam contrato de rateio para retomar ações de promoção e desenvolvimento do roteiro (Figura 34). Com isso, a Rota das Emoções volta a ter a Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS) da Rota das Emoções, como órgão de fomento, desta feita, com recurso inicial de R\$1,5 milhão, e missão de desenvolver ações em diferentes setores, infraestrutura, capacitação e meio ambiente (NOGUEIRA, 2016). São atribuições da ADRS: apoio à promoção e à comercialização de produtos turísticos; qualificação profissional do setor e fortalecimento institucional de municípios integrantes do roteiro. A intenção é que, por meio da agência, os três estados façam investimentos conjuntos para o desenvolvimento do turismo na região e para a consolidação do roteiro nos mercados nacional e internacional, com resultados expressivos, no curto e médio prazo, e maior contribuição com o fortalecimento da economia local.

Figura 34 – Governadores do Ceará, Piauí e Maranhão anunciam reativação da ADRS



Fonte: Nogueira (2016).

Além da retomada de negociações, ações estruturantes são desenvolvidas pelos estados. O Governo do Ceará investe em infraestrutura, em prol da Rota das Emoções, a Rodovia CE-187, em Barroquinha, no trecho até a Praia de Bitupitá, pavimentada e inaugurada no final do ano de 2015. Está prevista a obra de urbanização da orla de Bitupitá, com espaço fixo para manifestações culturais, recuperação da via principal, instalação de bancos de madeira e implantação de vegetação típica. Para Camocim e Chaval, estão em

elaboração projetos de urbanização do Parque Urbano de Camocim e do Porto dos Mosquitos, respectivamente. Em Cruz, acesso entre CE-085 e Praia do Preá, com extensão de 13 quilômetros, em execução, assim como projeto de urbanização da Praça de Eventos do Preá. Em Cruz, Aeroporto de Jericoacoara é inaugurado em junho de 2017, com investimento da ordem de R\$90,4 milhões. Para Jericoacoara, estão previstos projetos para cercamento do Parque Nacional; construção de quatro bolsões de estacionamento; definição de três caminhos de acesso ao parque e escadaria de acesso ao monumento natural da Pedra Furada (GUIMARÃES, 2016).

No Maranhão, construção da estrada que interliga Paulino Neves a Barreirinhas, com 36 quilômetros, para permitir menor trajeto entre Jericoacoara e cidades dos Lençóis Maranhenses. Trata-se de parte da rota não interligada por rodovias asfaltadas. Quem desejava conhecer os Lençóis Maranhenses precisava ir a São Luis e depois seguir pela BR-402, até Barreirinhas. Agora, a estrada prevê interligação da BR-402, na entrada da Cidade de Barreirinhas, com a Paulino Neves - Tutoia, com diminuição de distância, entre São Luis e Fortaleza. A obra é realizada pelo Governo do Estado do Maranhão, em parceria com Omega Energia (ASN, 2017). O Aeroporto de Barreirinhas, principal portão de entrada aos Lençóis Maranhenses, viabiliza via aérea direta para a Rota das Emoções. A obra é orçada em R\$4,8 milhões e, além da edificação do terminal de passageiros, está prevista a construção do acesso ao centro da cidade. A estrada de Barreirinhas a Paulino Neves e do Aeroporto de Barreirinhas é fundamental para integração do Maranhão à Rota das Emoções (OIMPARCIAL, 2016).

São ações do Governo do Piauí, em benefício da Rota, construção e urbanização do Porto dos Tatus; asfaltamento da PI-116, que vai à praia do Arrombado; e iluminação das praias de Marambá e Macapá. Para Cajueiro da Praia, será construída a reserva dos pescadores e criada a Praça do Cajueiro Rei, hoje considerado o maior cajueiro do mundo (EMBRATUR, 2016).

O Ministério do Turismo divulga, em 2016, que até então haviam sido celebrados 77 contratos de repasse para investimentos que somam cerca de R\$53 milhões em infraestrutura turística nos municípios que fazem parte da Rota das Emoções. Do montante, R\$37 milhões foram liberados. Além disso, o governo federal já investiu cerca de R\$10,8 milhões em qualificação profissional nas cidades da Rota das Emoções, por meio do Pronatec Turismo (MTUR, 2016). A Embratur tem apoiado a Rota das Emoções, através da promoção e divulgação internacional do roteiro, em feiras e eventos, como ocorreu na ITB Berlim, considerada maior feira de turismo de aventura do mundo (EMBRATUR, 2016).

O Sebrae vê, na Rota das Emoções, exemplo de sucesso da instituição, em estruturação de rotas turísticas (DN, 2015). Ao longo de doze anos de atuação, em parceria com empreendedores, são alcançados resultados relevantes. Mais de R\$10,5 milhões são investidos pelo Sebrae, em quatro ciclos de projetos, em 1.284 empresas, que obtiveram R\$237,33 milhões de retorno financeiro e sete mil empregos diretos. Quanto a negócios que integram projetos do Sebrae, 80% estão formalizados, sendo 56% do segmento de microempresas, 15% de microempreendedores individuais, 3% de empresas de pequeno porte e 4% de cooperativas e associações. Além disso, mais de 70 mil pessoas visitam os destinos do roteiro, nos últimos quatro anos, segundo informações de agências de receptivo, parceiras (ASN, 2017).

Em 2016, tem-se a Frente Parlamentar da Rota das Emoções, composta por senadores dos Estados do Ceará, Piauí e Maranhão, objetivando criar instrumento legislativo para debates, com participação de segmentos da sociedade, aprimoramento da legislação federal, impulsionar o desenvolvimento do roteiro e conjugar esforços dos três Estados, junto ao Governo Federal. A expectativa é de que a Frente Parlamentar tenha articulação política suficiente para atrair investimentos públicos e capital privado, a serem alocados em infraestrutura e geração de emprego, para aproveitamento das oportunidades econômicas regionais. É que, de acordo com Santos (2017), a falta de investimento, na melhoria de acesso a destinos turísticos, em estradas, portos e aeroportos, tem sido apontada como um dos principais gargalos ao incremento do fluxo turístico, na Rota das Emoções.

Em 2016, acontece o Seminário “Pensamento Estratégico Rota das Emoções”, no Maranhão, com representantes do poder público dos três estados e profissionais do *trade* turístico. Figura 35: *folder* de divulgação do evento que propõe pensar soluções de impacto para impulsionar o turismo na Rota das Emoções, no biênio 2017-2018.

Figura 35 – Folder Seminário Pensamento Estratégico Rota das Emoções 2017-2018



Fonte: Portal Barreirinhas (2016)²⁷.

Destaca-se a parceria realizada entre Rota das Emoções, Sebrae e Instituto Federal do Maranhão, além de instituições de ensino superior que contribuem, de forma direta, no roteiro integrado, melhorando o nível de qualificação do turismo regional. Entre os desafios, está a criação de estratégias e produtos, para aumentar o grau de permanência e fidelização de visitantes da Rota das Emoções. Para tanto, o evento compreende eixos temáticos:

- Inclusão social e cidadania para os munícipes da Rota;
- Infraestrutura para o desenvolvimento da Rota;
- Desenvolvimento de competências e qualificação para atuação na Rota;
- Impactos e soluções para a baixa estação.

Ao fim do evento, aproximadamente vinte proposições são compiladas, resultantes do trabalho de grupos, de sugestões de empresários, entidades de classe, do poder público municipal e estadual, de universidades, entre outras instituições. As propostas incluem desde ações de padronização da sinalização turística, até elaboração de catálogo com informações básicas, sobre o roteiro integrado; definição de calendário cultural e turístico único para todo o território; além da qualificação e do intercâmbio de profissionais e empresários dos destinos indutores (MA, 2016). Ressalta-se, no entanto, que muitas ações

²⁷ Disponível em: <<http://portalbarreirinhas.com.br/home/noticias/286-o-seminario-de-pensamento-estrategico-da-rota-das-emocoes-2017-2018-sera-realizado-no-ifma-de-barreirinhas.html>>.

havia sido anteriormente apontadas no Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico da Rota das Emoções, em 2014, com prioridade alta ou muito alta, até então não executadas. Consolidadas, as proposições formam a “Carta de Intenções da Rota das Emoções”, ou “Carta de Barreirinhas”.

A previsão é entregar a carta a atores institucionais, estratégicos para o desenvolvimento da Rota das Emoções, a fim de orientar a governança regional do roteiro, no planejamento de ações públicas de desenvolvimento econômico e na atuação estratégica integrada, buscando atingir resultados: fortalecimento do sistema de governança regional, de forma efetiva, no âmbito da gestão integrada; melhoria de serviços; implementação de políticas de qualificação profissional do *trade* turístico, propiciando turismo seguro e profissional, nacional e internacional; operação de maior fluxo e permanência de turistas na Rota das Emoções; e melhoria na qualidade de vida dos moradores da região, pela elevação do nível de renda.

Tomando por base discussões para elaboração da Carta, o Sebrae define ações prioritárias no território das Rota das Emoções, ao longo do ano de 2017. Dentre elas: levantamento de informações sobre os principais produtos consumidos pelas empresas turísticas do roteiro e as capacidades produtivas existentes na região. Isso porque a instituição considera que a Rota das Emoções entra, a partir do ano de 2017, em uma nova fase, quando se deve ampliar o foco das ações para além das empresas de turismo, incluindo toda a cadeia de valor do território, mapeando-as, a fim de estruturar a rede de fornecedores locais e fomentar novas práticas empresariais, condizentes às necessidades demandadas pelo mercado.

Trata-se de estratégia de revalorização do território da Rota das Emoções, de modo a aumentar competitividade e rentabilidade, por meio de maior compreensão das dinâmicas do território e do melhor aproveitamento de atrativos naturais e culturais do roteiro, aumentando a eficiência dos processos de produção e distribuição, a fim de impulsionar o desenvolvimento sustentável e facilitar interação do visitante com o destino. As ações incrementam níveis de inovação, qualidade e competitividade de serviços e produtos turísticos da Rota das Emoções, a fim de reduzir a dependência de negócios turísticos da Rota, especialmente, alojamentos e restaurantes, para obtenção de insumos fora dos municípios. A previsão é de que sejam investidos R\$1,7 milhões em capacitação, consultoria, rodada de negócio e participação em feiras e missões técnicas, em benefício de micro e pequenos empreendedores.

De acordo com o Sebrae (2017a), o novo projeto está intimamente relacionado ao conceito de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) cuja origem está na ideia de Cidades Inteligentes, do inglês *Smart Cities*. Os conceitos diferenciam-se, na medida em que cidades

inteligentes tem como pilares: competitividade, capital humano e social, participação, mobilidade, recursos naturais e qualidade de vida, enquanto destino inteligente tem como pilares: governança, tecnologia e desenvolvimento sustentável. O projeto é focado no empoderamento de lideranças empresariais no território e na integração de elos da cadeia de valor, a fim de tornar a Rota das Emoções competitiva, com aprimoramento de experiência turística, pelo desenvolvimento de produtos que ofereçam ao turista vivência de experiências memoráveis. O reposicionamento do destino, pelos novos nichos de mercado, incentiva inovação e tecnologia, com utilização de ferramentas digitais para agilizar, comercializar e promover destino, como incentivo ao surgimento de novos modelos de negócios turísticos.

Em 2017, o Governo do Piauí cria a Câmara Setorial Territorial de Turismo da Rota das Emoções, com o objetivo de debater, acompanhar ações e apresentar proposições de desenvolvimento do turismo. A criação da câmara setorial é justificada pela dinâmica natural da economia, em territórios em desenvolvimento, bem como pela necessidade de articular instância colegiada, composta de representantes do poder público e da iniciativa privada, para acompanhamento de ações e políticas de turismo da Rota das Emoções. Conforme Suênio (2017), a Câmara tem caráter consultivo e propositivo, com missão de articulação e negociação, entre poder público e iniciativa privada, para implemento de mecanismos, diretrizes e estratégicas de turismo, na Rota das Emoções.

O Governo do Piauí tem trabalhado na captação de investimento privado e internacional para fortalecimento da Rota das Emoções. Os projetos buscam desenvolver novos negócios na área de esporte aquático e trilhas *off-road*, fazendo com que o Brasil integre a nova vertente do sistema de trilhas, para o qual a região da Rota das Emoções apresenta potencial. O intuito do governo piauiense e empresários é fornecer trilhas separadas, adequadas ao trânsito de quadriciclos e triciclos, com maior fluxo de turistas nacionais e estrangeiros (PI, 2017). Até dezembro de 2017, o Estado do Piauí realiza caravana de prospecção de trilhas e elaboração de marco regulatório para estabelecer regras de trânsito e sinalização para veículos especiais. A implantação das trilhas *off-road*, na Rota das Emoções, segue modelos de desenvolvimento já utilizados, em circuitos internacionais, como em Quebec, no Canadá (MEIONORTE, 2017).

No Ceará, a GOL opera voo inaugural, no Aeroporto Regional de Jericoacoara, em 24 de junho de 2017. A partir de Dezembro de 2017, está previsto início de voos regulares da companhia aérea, partindo de São Paulo, com destino a Jericoacoara, em dois voos semanais, sem escalas, em aeronaves Boeing 737-800, com capacidade para até 177 passageiros (VIEIRA, 2017). Segundo Cavalcante (2017), a aeronave terá exclusivamente

clientes da empresa CVC, e pacotes comercializados pela agência de viagem, com duração de oito dias, para Jericoacoara, a partir de R\$1.598 por pessoa, incluindo passagem aérea em voos diretos, e hospedagem de setes noite, com café da manhã.

Ademais, a instalação de novos empreendimentos dinamiza a economia regional. Entre eles: instalação do Complexo Eólico Delta 3. Trata-se da primeira usina eólica do Maranhão. O projeto, orçado em R\$1,5 bilhão, teve parte do valor destinado a projetos sociais, para estímulo ao desenvolvimento socioeconômico do Estado, especialmente em cidades e comunidades vizinhas ao empreendimento. Omega Energia é a empresa escolhida para desenvolver e implantar ativos de geração de energia renovável, em fontes eólica e hídrica, responsável pelos Complexos Delta no Piauí e Maranhão. Um dos principais projetos sociais de contrapartida é a construção da MA-315, no trecho entre Barreirinhas e Paulino Neves, executado pela Omega Energia, em parceira com o Governo do Estado. Ressalta-se que o Complexo Eólico Delta 3 viabiliza 1,3 mil empregos diretos e mais de dois mil indiretos. De acordo com o diretor superintendente²⁸ do Sebrae no Maranhão,

A ideia é promover uma sinergia ideal ao enfrentamento das mudanças que estão por vir no território da Rota das Emoções, com o desenvolvimento de comportamentos associativistas e cooperativistas. A cultura da cooperação está na pauta do Sebrae com vistas a inserir os pequenos negócios na cadeia de valor do turismo, distribuindo de maneira mais justa as riquezas territoriais, garantindo o ecologicamente correto, socialmente justo e economicamente viável (ASN, 2017).

Em 2017, desenvolvem-se *workshops* com agentes de viagem, com treinamento de estratégias para aprimorar a comercialização da Rota das Emoções; participação em feiras e eventos do setor de viagem e turismo, com destaque da Rota, no Festival de Turismo das Cataratas, um dos maiores eventos de turismo da região sul do país. Para 2017, a previsão é realização de *famtour* com grupo de agências de oferta de viagem, chamadas *offering travel agencies* (OTAs), que comercializam e intermedeiam pacotes de viagem, para meios de hospedagem, pela internet. Os agentes conhecem a Rota das Emoções, como forma de promoção do roteiro.

Além disso, ex-ministro do Turismo e ex-presidente do Sebrae Nacional²⁹ é convidado pelo Sebrae para consultor da Rota das Emoções, no projeto de governança e desenvolvimento do roteiro integrado, com o objetivo de animar atores e ajudar na construção do futuro da Rota, com novas estratégias. Ministro do Turismo à época em que a Rota das Emoções fora oficialmente criada, o consultor considera que, ao longo de anos, a Rota das Emoções tem se apresentado como roteiro nacional de êxito (ROSÁRIO, 2017), e pilar

²⁸ João Martins.

²⁹ Luiz Barreto.

estratégico do desenvolvimento do litoral. O Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções apresenta a visão de futuro do roteiro integrado até 2020:

O turismo será a principal atividade econômica da Rota das Emoções, que será percebida como um destino turístico diferenciado, com personalidade própria, que oferece a mais ampla oferta de experiências de lazer baseadas nos recursos naturais e culturais do território, através de um desenvolvimento turístico equilibrado e sustentável do ponto de vista ambiental, econômico e social. A Rota das Emoções será reconhecida como um exemplo de destino eficiente e competitivo, com um alto padrão de qualidade e com um alto grau de cooperação, colaboração e de concertação entre os diversos agentes do setor público do setor privado e da comunidade (BRASIL, 2014, p.19).

Ao resgate histórico da Rota das Emoções, observa-se, com frequência, grande expectativa em torno do roteiro integrado, ao longo dos anos, apontado como referência em integração regional e promessa de destino turístico do futuro. O discurso da vocação turística e possibilidade de desenvolvimento sustentável da região, pelo turismo, contribuem para isso, com o otimismo das notícias de jornais e revistas.

Na seção a seguir, desafios para a dinamização da Rota das Emoções, com os resultados da pesquisa de campo, com gestores públicos estaduais do Ceará, Piauí e Maranhão.

4.4 OS DESAFIOS PARA A DINAMIZAÇÃO DO ROTEIRO

Os resultados da pesquisa de campo, realizada entre os meses de outubro e novembro de 2017, são apresentados nesta seção. Procedeu-se à pesquisa com questionário padrão, formado de nove perguntas abertas, com secretários do Ceará, Piauí e Maranhão, diretamente envolvidos com a atividade turística na Rota das Emoções. A princípio, a pesquisadora se disponibiliza a realizar entrevistas presenciais, telefônicas ou virtuais. No entanto a incompatibilidade de agenda dos gestores inviabiliza tentativa das entrevistas. Enviaram-se questões via email, para resposta por escrito. Em dois estados, as questões foram respondidas diretamente pelo gestor, em outro, pelos assessores.

Em consonância com os objetivos da dissertação, para investigação de políticas públicas, em roteiro integrado, utiliza-se amostra não probabilística intencional. Buscou-se compreender de que forma se articulam as políticas públicas de turismo, impactos gerados e beneficiário dos resultados. Analisa-se o processo de formulação de políticas de turismo regional, bem como questões de coordenação e integração, além de resultados. A fim de resguardar a identidade, os gestores são referidos Secretário A, Secretário B e Secretário C.

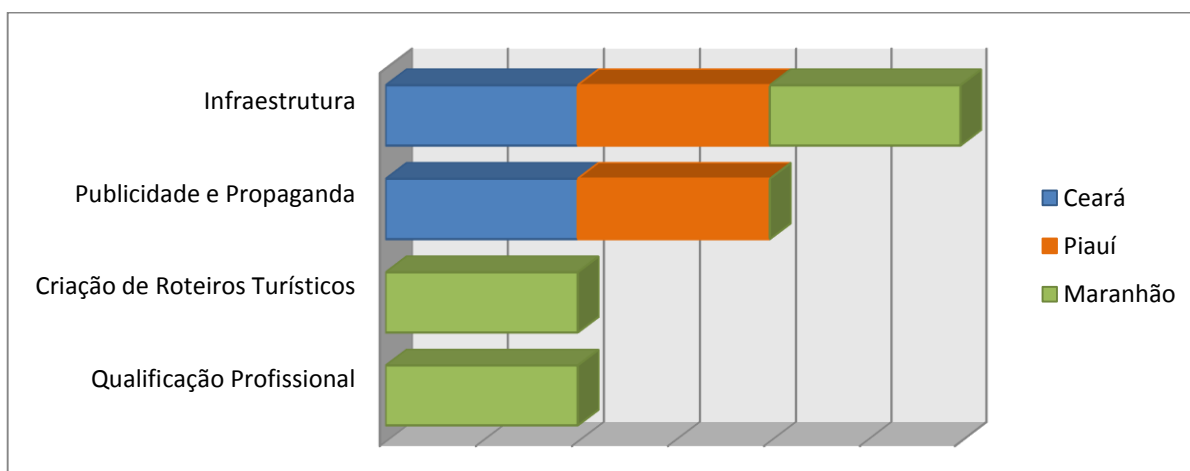
A opção pela análise da Rota das Emoções, sob a perspectiva da gestão pública, justifica-se pelos gestores serem atores do processo de regionalização e principais responsáveis pela gestão do roteiro. De acordo com Oliveira (2007), também na atividade

turística, é a gestão pública que define o modelo de desenvolvimento, assim como o papel de fomentador de ações para oferecer estrutura necessária ao desenvolvimento das atividades da rota, controlando a exploração das atividades turísticas ofertadas. Por meio de políticas públicas, o governo assume o papel de coordenador da atividade turística, reunindo lideranças, empresários, comunidade ou partes interessadas na dinamização do turismo e, assim, otimizam-se recursos no desenvolvimento de estratégias turísticas.

Para Dias (2008), o setor público precisa orientar os segmentos envolvidos com a atividade turística, principalmente a iniciativa privada, na execução de projetos. Ao setor público cabe avaliar o impacto de ações e garantir a participação de diferentes setores no processo de planejamento. Dessa forma, a atuação da gestão pública torna-se eficaz no rumo do desenvolvimento do turismo.

A princípio, questionamentos sobre a realidade de políticas públicas estaduais de turismo, nos Estados do Ceará, Piauí e Maranhão, levam à descoberta de que ações prioritárias das secretarias estão voltadas à melhoria de infraestrutura de acesso e obras de urbanização nos destinos (Gráfico 1):

Gráfico 1 – Direcionamento das políticas públicas de turismo



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

No Ceará, políticas públicas de criação e melhoria de infraestrutura de vias e acessos, além de obras de urbanização, tem dado bons resultados. Ações de promoção, publicidade e propaganda, participação em feiras e eventos especializados, de alcance nacional e internacional, inserção de matérias e notícias em jornais, revistas e programas de televisão divulgam suficientemente destinos. A Secretaria do Turismo do Ceará conta com programas financiados por agências externas: PRODETUR Nacional Ceará, com financiamento do BID, cujas ações priorizam Regiões do Litoral Leste, Maciço de Baturité e

Chapada da Ibiapaba; e Programa de Infraestrutura Turística (PROINFTUR), com área de atuação no Litoral Oeste e Extremo Oeste do Ceará, onde estão destinos turísticos cearenses que fazem parte da Rota das Emoções. As ações objetivam fortalecer o produto turístico Ceará, consolidar destinos de sol e praia e diversificar a oferta turística, com a interiorização do turismo, conforme diretrizes do Ministério do Turismo.

No Piauí, a Secretaria do Turismo Estadual tem se preocupado em estruturar atrativos turísticos e melhorar vias e acessos aos atrativos com obras de sinalização turística e urbanização. As ações do Piauí priorizam o litoral, cujos destinos são os mais procurados pelos turistas na alta estação e demais períodos do ano. Verifica-se que as ações estão voltadas à integração do turismo no Estado e à promoção de destinos, desenvolvidas em parceria com o Sebrae e Litoral Piauiense Convention & Visitors Bureau.

No Maranhão, as políticas públicas de turismo estão focadas no desenvolvimento de infraestrutura básica e de acesso, criação e consolidação de roteiros e produtos turísticos, conforme orientação do Programa de Regionalização, além de ações de qualificação dos profissionais da cadeia produtiva do turismo e fortalecimento dos destinos.

De modo geral, observa-se, nas políticas públicas dos Estados do Ceará, Piauí e Maranhão, repetição de ações e estratégias, já adotadas, desde a década de 1990, para promover o desenvolvimento econômico no Nordeste. Confirma-se o que diz Araújo (1997, p.8), ao destacar o papel do Estado, patrocinador do crescimento econômico, em diversas regiões brasileiras, sobretudo no Nordeste, onde a presença do setor público se faz indispensável à intensificação de rumos do crescimento econômico, investindo, produzindo, incentivando, alocando infraestrutura necessária. Assim, o Estado se faz presente na promoção do crescimento da economia. É o que confirma Coriolano (2009), ao afirmar que os governos estaduais, principalmente de estados litorâneos - como é o caso de Ceará, Piauí e Maranhão -, investem no turismo, acreditando na força dinamizadora de economias locais e regionais, que a atividade exerce, possibilitando minimização de problemas socioeconômicos.

Os governos utilizam o discurso do turismo como panaceia, instrumento de desenvolvimento socioeconômico regional, capaz de atrair recursos financeiros externos, que possam ser aplicados em obras de infraestrutura necessárias à atividade turística nos destinos, em ordem inversa, captadas posteriormente ao início da atividade turística. A questão da precariedade de infraestrutura já havia sido antecipada, no Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDSRT) do Meio Norte, mas apenas parte das ações previstas no documento foi executada.

Políticas públicas estaduais de turismo do Ceará, Piauí e Maranhão dão ênfase à dimensão econômica da atividade turística, utilizadas como instrumento de oferta de produtos turísticos de melhor qualidade. A estratégia de alocar investimentos em infraestrutura serve de âncora para atrair investimentos privados e cria condições mínimas de inserção dos estados, no mercado turístico nacional e internacional. A expectativa dos governos estaduais é que, com a melhoria em infraestrutura, a movimentação de divisas ajude o crescimento da região, gere novos postos de trabalho e atraia investimentos, incentivando a qualificação da força de trabalho que, como afirma Barbosa (2015), tem melhorado e se ampliado na Região Nordeste.

Quanto a políticas públicas de turismo, especificamente para a Rota das Emoções, nenhuma política pública do turismo estadual está diretamente vinculada aos municípios que fazem parte da Rota das Emoções, nem integrada aos municípios dos estados que compõem o roteiro integrado, o que é reclamado pelos residentes. Verificam-se ações independentes, desenvolvidas pelas secretarias estaduais de turismo, para fortalecimento do turismo nos respectivos municípios, incluindo destinos que fazem parte da Rota das Emoções. O resultado representa pouco avanço, considerando o relatório de 2014, divulgado, no Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções, que retrata o cenário, mostrando que políticas e iniciativas concretas dos estados para melhorar a oferta de serviços turísticos são insuficientes.

Questionados sobre os gestores estaduais da Rota das Emoções, Secretários A e B informam não que existe gestor específico para o roteiro integrado, pois a Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS) da Rota das Emoções não foi reativada de fato nem existe previsão para isso. Apesar dos esforços de retomada dos trabalhos da agência - que geraram mídia para a Rota das Emoções, no ano de 2016, e expectativas quanto a novos rumos e ações para o roteiro integrado -, por questões políticas, os estados não conseguem chegar a consenso quanto à estruturação da Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS). O insucesso de articulações para retomada da agência, com ações previstas suspensas por tempo indeterminado, e, com gestão da Rota das Emoções inoperante, dá à Rota ideia de paralisação.

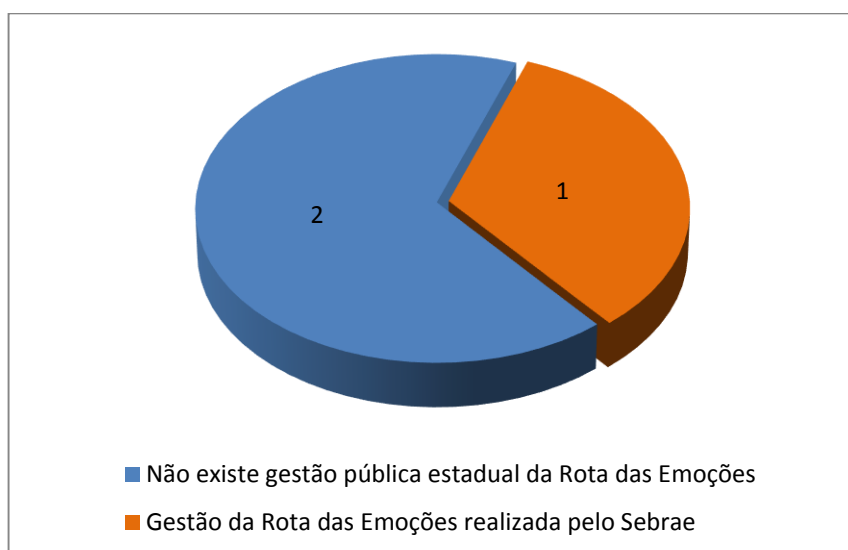
O Secretário C cita o nome do Gestor do Serviço de Apoio dos Micro e Pequenos Empresários (Sebrae), que lidera ações locais da instituição, com a iniciativa privada da Rota das Emoções. Considera-se resposta equivocada, pois o gestor do Sebrae não compõe a estrutura da gestão pública do turismo do estado. Gráfico 2: impressões dos entrevistados sobre gestores da Rota.

Gráfico 2 – Gestor da Rota das Emoções

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

A Rota das Emoções é assunto centralizado na figura de secretários estaduais de turismo. Na sua ausência, não existe técnico responsável, nem setor específico para fornecer informações sobre a Rota das Emoções ou para gestão da Rota, em âmbito estadual, o que dificulta a coleta de dados para realização desta pesquisa de campo.

Quanto à gestão do roteiro integrado (Gráfico 3), Secretários A e B informam que não existe gestão pública estadual da Rota das Emoções, senão gestão do turismo de cada Estado, nos respectivos municípios turísticos, sem gestão integrada, muito menos, compartilhada com os demais estados da região da Rota das Emoções. Em discordância com os demais, o Secretário C informa que a gestão da Rota das Emoções é feita pelo Sebrae, nos três Estados, pelo representante gestor do Sebrae, em parceria, com um gestor geral. Ressalte-se, no entanto, que o Sebrae é entidade privada, sem fins lucrativos, que se define agente de capacitação e promoção do desenvolvimento, com objetivo de auxiliar competitividade e sustentabilidade de empreendimentos de pequeno porte, por meio de cursos e treinamentos, consultorias e orientação direta ao empresário (SEBRAE, 2017b).

Gráfico 3 – Gestão pública estadual da Rota das Emoções

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Infere-se que, para o Estado C, a atuação do Sebrae sobrepõe-se à atuação da gestão pública estadual, no roteiro integrado, o que remete ao que diz Cruz (2001), ao afirmar que, na história das políticas públicas de turismo do Brasil, a inação do Estado sobrepuja a ação, uma vez que nem coordenação nem planejamento, papéis essenciais do poder público com relação ao turismo, foram exercidos durante parte da história. Diante da inação da gestão pública do Estado C, o gestor do Sebrae, na Rota das Emoções, torna-se referência de gestor estadual, enquanto o Sebrae é a instituição responsável por coordenar a Rota das Emoções.

Quanto à articulação entre políticas públicas estaduais de turismo, Secretários A e B informaram que a articulação interestadual não existe em termos governamentais. Diferente de orientação do Ministério do Turismo, no Programa de Regionalização, políticas públicas de turismo, do Ceará, Piauí e Maranhão, para a Rota das Emoções, não são coordenadas nem integradas, e alguns atribuem à ausência de órgão gestor central, como deve ser a Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS).

Nesse contexto, existem políticas públicas estaduais independentes, elaboradas e executadas, pelos estados, para consolidação do turismo interno e fortalecimento de destinos turísticos. Em consequência, políticas públicas, de caráter local, ajudam a fortalecer o turismo regional, sem preocupação de governos estaduais em realizar prévia articulação com demais estados, na elaboração ou implementação. De acordo com a assessoria do Secretário C, políticas públicas na Rota das Emoções estão articuladas, sobretudo para fortalecer instâncias

de governança, entre municípios. A postura dos governos para a Rota das Emoções vai de encontro ao que Henz (2009) entende por regionalizar.

Regionalizar significa trabalhar um conjunto de decisões que, quando integradas e atuando em sintonia com a política estadual e federal, podem constituir uma base sólida para a consolidação do turismo como atividade econômica relevante (HENZ, 2009, p.78).

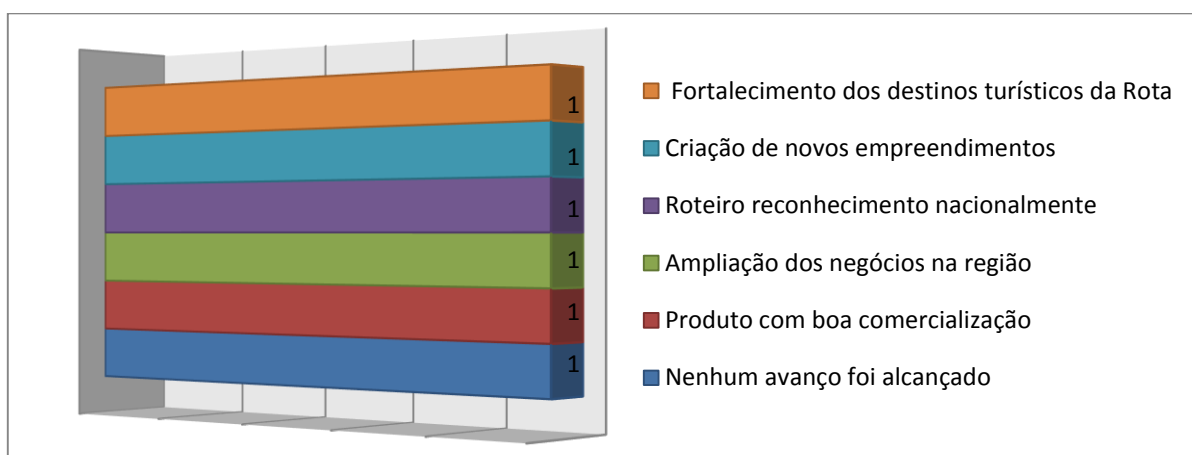
Com base no conceito da autora e de acordo com a visão de entrevistados, não se afirma existir regionalização do turismo, na Rota das Emoções. É certo que o turismo envolve, na realização, sujeitos sociais, incluindo população, turista, agente de mercado e poderes públicos, com diferentes expectativas, por vezes, divergentes. Conciliar interesses de grupos é paradigma de orientação de planejamento governamental e políticas públicas pelo e para o turismo. No entanto, isso não tem acontecido na Região Turística do Meio-Norte.

Quanto a avanços que a Rota das Emoções traz para os destinos, registra-se que não existe consenso entre entrevistados. Secretário A informa que nenhum avanço foi alcançado pela Rota das Emoções, nos destinos. Secretário B reconhece que a Rota das Emoções traz avanços, criação de novos empreendimentos, ampliação de negócios e fortalecimento de destinos turísticos. Secretário C informa que os resultados alcançados pela Rota das Emoções são bastante positivos:

Reconhecemos isso de fato quando divulgamos o Estado nacionalmente. Todos que participam já conhecem o roteiro, e isso é maravilhoso! Saber que estamos entre os Estados reconhecidos por nossas belezas naturais, estrutura em receber, nos deixa honrados. Não só para quem trabalha diretamente com a Rota das Emoções, mas para os residentes de forma geral, que valorizam suas riquezas. Nos reunimos com quem vende o roteiro e o resultado é positivo, segundo eles. A Rota tem feito sucesso e só vem crescendo. Queremos que isso se intensifique ainda mais (Secretário C, 2017).

Trata-se de visões discrepantes sobre o mesmo fenômeno, pois, ao tempo em que se afirma não existir avanço, menciona-se muitos avanços do roteiro integrado. De modo esquemático (Gráfico 4), avanços na visão de gestores do turismo:

Gráfico 4 – Avanços da Rota das Emoções nos destinos



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Quanto a entraves ao sucesso da Rota das Emoções, Secretário A expõe o maior problema: Secretário C, que “quer colocar 40 pessoas na Agência onde apenas 8 pessoas resolvem”. Ato político, típico de empreguismo. Os estados não concordam com a estrutura proposta pelo Secretário C e, por isso, não avançam as articulações para início efetivo das atividades da Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS). A indefinição quanto à agência é considerada entrave ao sucesso da Rota das Emoções, instituída órgão central de gestão do roteiro integrado, responsável pela viabilização do Consórcio CEPIMA, operacionalização de ações e aceleração da implantação dos projetos turísticos, captando recursos de três esferas do poder público e da iniciativa privada para ações de interesse comum aos três estados da Rota das Emoções.

Entre atribuições previstas da Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS) estão apoio à promoção e comercialização de produtos turísticos, à qualificação profissional do setor e ao fortalecimento institucional entre municípios integrantes do roteiro. A ADRS é apontada necessária à superação da descontinuidade causada pelas mudanças de gestão municipal e estadual de destinos que compõem o roteiro integrado. Pela gestão da ADRS, políticas públicas específicas para a Rota das Emoções são planejadas e implementadas, com foco na integração regional. Por isso a reativação da ADRS gera expectativa, importante sob perspectiva do aprimoramento institucional e da consolidação do roteiro integrado, nos mercados nacional e internacional, a fim de gerar resultados expressivos e maior contribuição ao fortalecimento da economia da região.

Secretário B afirma que os maiores gargalos para a Rota das Emoções são falta de articulação política e de integração, entre ações de fortalecimento, nos estados e municípios. O desafio de integração regional é maior na Região Turística do Meio-Norte,

devido à extensão do território e quantidade de atores envolvidos do processo de regionalização do turismo, o que dificulta viabilização e gerência do negócio turístico, na Rota das Emoções. Por essa razão, o Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio-Norte ressalta a importância de a integração regional ultrapassar a dimensão física do território, e envolver negócio turístico, sinergia de regiões-destino, população e integração das cidades (BRASIL, 2012).

A complexidade da articulação política torna-se desafio crescente, na Rota das Emoções, ao constatar que Ceará, Piauí e Maranhão têm enormes diferenças sociais e espaciais, políticas governamentais próprias, diferentes estágios de desenvolvimento turístico e ritmos de trabalho distintos. A dificuldade, no entanto, é possível de superação, desde que haja vontade política. Afirma Trentin (2012) que o envolvimento do Estado é capaz de garantir o desenvolvimento turístico integrado às necessidades amplas do território, incluindo dimensões econômica, social, ambiental e política. Entretanto, verifica-se negligência dos órgãos de gestão pública de turismo, com políticas públicas pontuais, desconexas e descompassadas, em comparação ao discurso e prática.

Confirmam Sansolo e Cruz (2003) que o programa de roteiros integrados não é entendido pelos estados como programa de desenvolvimento regional, apesar de prever organização de consórcios. No caso da Rota das Emoções, o significado da regionalização é reduzido à dimensão político-administrativa, perdendo-se a oportunidade de utilização efetiva da região como instrumento de planejamento governamental e gestão pública de territórios. No entanto, contrariamente ao que foi respondido pelos Secretários A e B, quanto a entraves para o sucesso da Rota das Emoções, Secretário C respondeu:

Não acredito que tenha um entrave para o sucesso. A Rota já é considerada um sucesso tanto nacional como internacional. A Rota é um dos destinos mais belos do país que tem dado certo. Recebemos diariamente, na região, grupos que fazem o roteiro e amam e dizem que vão voltar! (Secretário C, 2017).

Assessoria do Secretário C menciona falta de relatórios e pesquisa sobre a Rota das Emoções: “dificuldade que afeta o processo de estabelecimento de novos indicadores e objetivos da cadeia produtiva do turismo”. A escassez de dados e informações sobre roteiro integrado também é percebida ao longo da pesquisa, pois são poucos relatórios e pesquisas desenvolvidas e disponibilizadas ao público. É o caso de relatórios de gestão da Rota das Emoções, documentos internos produzidos pelo Sebrae, mencionados em notícias, aos quais o público geral não tem acesso, fazendo-se necessária busca aleatória de informações. De modo esquemático (Gráfico 5) apresentam-se entraves ao sucesso da Rota das Emoções, listados pelos gestores do turismo:

Gráfico 5 – Entraves ao sucesso da Rota das Emoções nos destinos



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

A falta de dados sobre Rota das Emoções, indicada na pesquisa, confirma dados do diagnóstico do Plano Estratégico, quanto ao monitoramento da atividade turística no roteiro integrado. O documento mostra que faltam dados confiáveis e atualizados sobre o turismo, principalmente sobre demanda. As informações produzidas tratam da Rota de forma fragmentada, abrangendo municípios, sem análise da região de forma integral. Jericoacoara, Parnaíba e Barreirinhas apresentam vantagem quanto à geração de informação, por serem destinos indutores, mas carecem de informações básicas, como dados relativos à movimentação, em parques nacionais.

A assessoria do Secretário C sugere mitigar a ausência de dados sobre a Rota das Emoções, estreitando relacionamento entre a cadeia produtiva do turismo, na Rota das Emoções, e centros acadêmicos da região. O diálogo torna possível geração de dados necessários ao fortalecimento da cadeia produtiva, mote para a realização de novas pesquisas, criando ciclo virtuoso para o turismo regional.

Carência de dados e dificuldade de monitoração da atividade turística não é gargalo somente da Rota das Emoções. No documento Índice de Competitividade do Turismo Nacional - Relatório Brasil 2015, o Ministério do Turismo apresenta o resultado de pesquisas realizadas, com 65 destinos indutores do turismo regional. O monitoramento da atividade turística nos destinos avaliados apresenta dimensão com resultado mais baixo, devido à escassez de pesquisas de oferta e demanda, falta de sistema de estatísticas turísticas, pesquisas essencialmente quantitativas e poucas pesquisas de cunho qualitativo, escassos relatórios de conjuntura turística, para acompanhamento setorial das atividades turísticas.

Quanto a benefícios da Rota das Emoções para os Estados, o Secretário A responde que não há como mensurá-los, pois, em nível governamental, a Rota das Emoções

está paralisada. Secretário B considera que a Rota das Emoções trouxe, em benefício, melhoria de acesso, ampliação de negócios e atração de empreendimentos turísticos, com emprego e renda, em relação ao que se tinha quando da criação da Rota. Na opinião do Secretário B, “todos se beneficiam da Rota”, dos resultados positivos advindos com o roteiro integrado. De acordo com a assessoria do Secretário C, quem mais se beneficia da Rota das Emoções é a população e a iniciativa privada que comercializa o roteiro:

Sem dúvidas, quem mais se beneficia é quem vive e trabalha diretamente na região litorânea. A rede hoteleira, as agências de viagens, os comerciantes em geral recebem turistas frequentemente para o roteiro. No sentido integrado, a Rota potencializa os três Estados economicamente (Assessoria do Secretário C, 2017).

Gráfico 6: benefícios que a Rota das Emoções trouxe para os Estados, conforme opinião de gestores públicos de turismo dos Ceará, Piauí e Maranhão:

Gráfico 6 – Benefícios advindos com a Rota das Emoções para os Estados

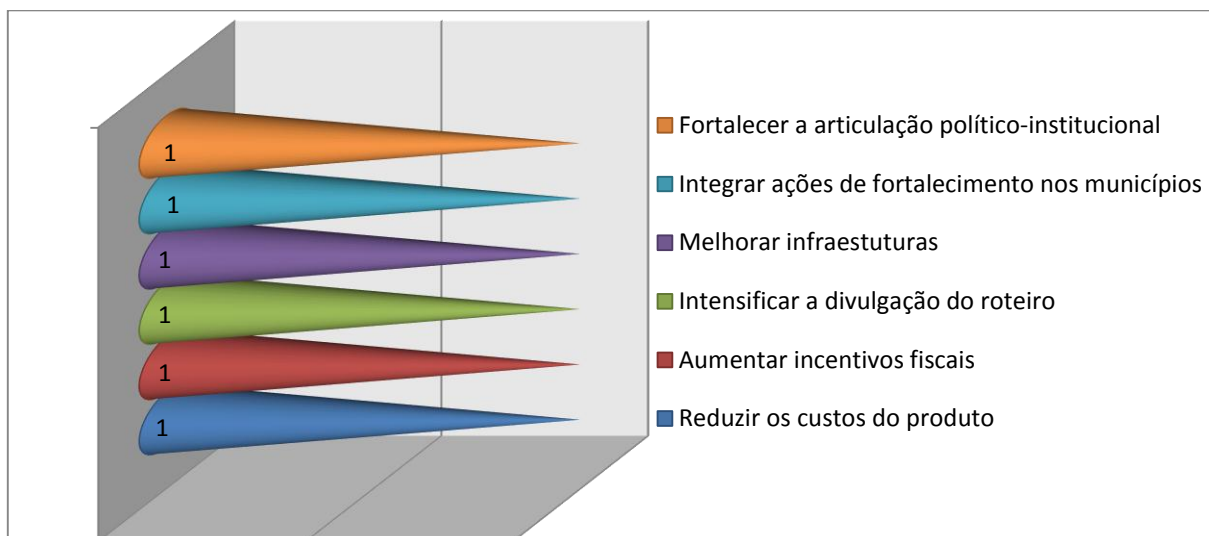


Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Questionado sobre o que precisa melhorar na Rota das Emoções, Secretário A se absteve de responder, informando que é questão a ser estudada. Secretário B destaca que precisa melhorar a articulação político-institucional e integração das ações de fortalecimento dos municípios. Na opinião do Secretário B, é preciso, acima de tudo, trabalhar de forma integrada. A assessoria do Secretário C responde:

Precisamos melhorar ainda mais a infraestrutura das cidades que fazem parte da Rota, para melhor atender o turista. Precisamos de incentivo para a divulgação do roteiro. Precisamos de incentivo fiscal, dentre outros, para que consiga reduzir os custos do produto (Assessoria do Secretário C, 2017).

Gráfico 7: esquematicamente, o que precisa melhorar na Rota das Emoções, na visão de gestores públicos de turismo:

Gráfico 7 – O que precisa melhorar na Rota das Emoções

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Iniciativas listadas, necessárias à melhoria da Rota das Emoções, tem relação direta com a atuação da gestão pública, dependendo de ação para que se concretizem. Assim, cabe à gestão pública atuar com incentivos fiscais e financiamentos, na canalização de ações para a região. Dependem de ações governamentais a articulação político-institucional e integração de ações em níveis municipal e estadual, melhoria de infraestrutura e incremento da divulgação do roteiro que, em geral, são desenvolvidos em parceria com Sebrae, Embratur e Ministério do Turismo.

5 CONCLUSÃO

Pelos estudos e pesquisas, conclui-se que o litoral do Nordeste ganha conotação estratégica de desenvolvimento regional e passa a objeto de intervenções do poder público, a partir dos anos 1980, com valorização de zonas de praia e veiculação de imagens positivas do Nordeste brasileiro, aliadas à possibilidade de exploração turística de paisagens litorâneas. A partir de então, o espaço litorâneo é reestruturado, transformado em mercadoria nobre, em justificativa de modificações socioespaciais que promovem a ocupação da zona costeira como espaço turístico.

A regionalização do turismo e criação da Rota das Emoções partem da ideia de que elaborar roteiro turístico, extrapolando limites municipais e estaduais, leva estados a desenvolver políticas de turismo, utilizando a região como unidade de planejamento e estruturação. A Rota das Emoções surge da observação de roteiros comercializados na Região Turística do Meio-Norte, desde os anos 1990, reunindo estados do Ceará, Piauí e Maranhão, com atrativos de elevado valor turístico do Nordeste: praia de Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses, além de rico patrimônio natural e cultural de destinos.

Dessa forma, a implantação da Rota das Emoções se insere na dinâmica temporal e espacial de macropolíticas econômicas do País, na realidade socioeconômica da Região Nordeste, mais especificamente da Região Turística do Meio-Norte, espaço onde predominam interesses políticos, empresariais, sociais de diversos grupos.

Do histórico resgatado, reúnem-se as partes que formam o roteiro integrado, com o objetivo de analisar o Nordeste turístico e propor a Rota das Emoções como política integrada de turismo no Nordeste, reconhecendo agentes do processo de regionalização e compreensão do papel desempenhado, na Rota das Emoções, com investigação de perspectivas futuras do roteiro integrado.

A realidade de políticas públicas dos Estados do Ceará, Piauí e Maranhão apresentam-se repetindo ações e estratégias adotadas, desde a década de 1990, o que as torna monótonas, sem inovações, no desenvolvimento econômico. O papel do Estado é indispensável, na condição de patrocinador do crescimento econômico, e justificado frente à vinculação com o desenvolvimento econômico. A gestão pública é lenta e inoperante. Faltam investimentos em infraestrutura econômica e social, para dinamização da Rota.

O discurso do turismo, agente dinamizador de economias locais e regionais, com possibilidade de minimização de problemas socioeconômicos, não se torna realidade nos

estados da Rota. Atividades turísticas, instrumento de desenvolvimento socioeconômico regional, com captação de recursos federais e financiamento externo, aplicados principalmente em obras de infraestrutura, que devem anteceder a atividade turística, em destinos, realizam-se posteriormente, o que denota descaso e desordenamento do plano.

Políticas públicas estaduais de turismo do Ceará, Piauí e Maranhão, que deveriam enfatizar a dimensão econômica da atividade turística e a estratégia de alocação de investimento em infraestrutura, se ancoram na expectativa da atração de investimento privado, e criação de condições mínimas de inserção dos estados do Ceará, Piauí e Maranhão, nos mercados turístico nacional e internacional, o que não aconteceu. Melhorias em infraestrutura e entrada de divisas para ajudar no crescimento da região, geração de novos postos de trabalho e atração de investimentos, ficam em projetos.

Nenhuma política pública de turismo estadual está diretamente vinculada a municípios que fazem parte da Rota das Emoções, nem integradas a municípios dos demais estados do roteiro integrado. Existem ações independentes elaboradas e executadas, por cada um dos estados, para fortalecimento do turismo nos respectivos municípios, com inclusão dos que compõem a Rota. Como consequência, em determinados casos, políticas públicas de caráter local, eventualmente, ajudam a fortalecer o turismo regional, sem preocupação dos governos estaduais em realizar prévia articulação com demais estados, ao elaborá-las ou implementá-las. Em outros casos, políticas desencontradas, pontuais, desconexas e descompassadas, em comparação ao discurso e prática, com ações que se sobrepõem ou não estão direcionadas ao alcance de objetivos comuns, consideradas, porém, insuficientes.

Em nível estadual, não se afirma que regionalização do turismo, na Rota das Emoções, funcione a contento, uma vez que não são visíveis os esforços para a integração das ações interestaduais. Não se verifica cooperação intersetorial nem articulação político-institucional de gestão de políticas públicas da Rota. Regionalização do turismo, na Região Turística do Meio-Norte, é utopia, meta a ser atingida. Mudança de relacionamento, proposta entre poder público e sociedade civil, no Programa de Regionalização, não acontece. Esferas, envolvidas no processo de regionalização, continuam distantes e sem vínculo. Na prática, a ampliação das ações dos municípios, no que se refere ao planejamento regional, integrado e compartilhado, atendendo às orientações da Organização Mundial do Turismo (OMT) e do Ministério do Turismo, não se concretiza.

Dez anos após a criação oficial do roteiro integrado, pelo Ministério do Turismo, as ações continuam centradas em estados e municípios. A Rota das Emoções resume-se à marca, em fase de projeto, com promessa de integração. Utiliza-se do nome de roteiro, com

forte apelo a esforço de promoção e marketing. O discurso de integração regionalista é ressaltado na potencialização da venda de pacotes turísticos, em municípios da Rota das Emoções, mas, como planejamento regional e articulação de políticas públicas, a regionalização da Rota das Emoções não existe. O significado de regionalização na Rota das Emoções é reduzido, perdendo-se a oportunidade de utilização efetiva da região como instrumento de planejamento governamental e gestão pública dos territórios. O cenário se agrava com insucesso de articulações para retomada da Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável (ADRS), suspensas as ações previstas para o roteiro integrado e paralisada a gestão interestadual da Rota das Emoções.

Fato é que a Rota das Emoções apresenta vantagens e desvantagens para o desenvolvimento turístico. O roteiro traz vantagens, riqueza e variedade de atrativos turísticos naturais e culturais; força representada pela união dos três estados e diversidade de oportunidades e de possibilidades de desenvolvimento turístico que o extenso território oferece. A Rota das Emoções trouxe benefícios à região, melhoria de acesso, ampliação de negócios e atração de empreendimentos turísticos, com emprego e renda, em relação ao que se tinha quando a Rota foi criada. De impactos positivos, todos se beneficiam, principalmente os que vivem na região e trabalham diretamente com a atividade turística.

No entanto, dimensão territorial extensa e questões políticas afetam, de forma negativa, articulação, identidade e coesão interna da Rota, condições imprescindíveis para configuração de espaço turisticamente homogêneo e competitivo. Pontos críticos precisam melhorar e exigem rápida resposta da gestão pública estadual, especialmente no que diz respeito à retomada da articulação político-institucional, com reativação do órgão de gestão central do roteiro, e integração de ações de fortalecimento dos municípios. Ainda se constitui desafio a integração física de destinos, o que exige investimento em infraestrutura de acesso e urbana, além de ações de promoção integrada da Rota das Emoções.

À consideração de questões, há mais de dez anos desde a criação oficial do Roteiro Integrado Ceará-Piauí-Maranhão, pelo Ministério do Turismo, e quantidade de notícias de jornais, revistas e *blogs* de viagem que divulgam a Rota das Emoções, como caso de sucesso e roteiro consolidado, esperava-se que a Rota das Emoções tivesse impacto maior ao turismo regional. No entanto, avanços e benefícios consideram-se inexpressivos, diante do que propõe o Ministério do Turismo, com o Programa de Regionalização, a ponto de se questionar se existe regionalização do turismo na Região Turística do Meio-Norte e se os benefícios são consequentes da implantação do roteiro turístico integrado, uma vez que ações desenvolvidas na região eram já executadas, independente da existência de roteiro integrado.

Destaque dado à Rota das Emoções, pelo Sebrae e Ministério do Turismo, leva à crença de que intervenções públicas, na Região Turística do Meio-Norte, fossem numerosas. Esperava-se, assim, encontrar gestão pública integrada e atuante, no papel central, em articulação de atores, atividades e processos da atividade turística e regionalização do turismo. Na verdade, constata-se gestão pública apática, ausente e descomprometida, com pouco domínio sobre o tema de regionalização ou quase nenhuma informação consistente sobre roteiro integrado da Rota das Emoções. Trata-se de cenário pessimista, diante do insucesso dos resultados. Dados coletados, somados ao cenário de instabilidade político-econômica brasileira, mostram que a Rota das Emoções é subutilizada como instrumento de planejamento governamental e gestão pública dos territórios, com poucas perspectivas de futuro promissor.

Complexidade de articulação política torna-se desafio e salienta diferenças sociais e espaciais, políticas governamentais próprias, diferentes culturas, estágios de desenvolvimento turístico e ritmos de trabalho distintos. O turismo envolve, na realização, diversos sujeitos sociais, inclui população local, turistas, agentes de mercado e poderes públicos, com diferentes expectativas, por vezes, divergentes.

Sujeitos produtores de turismo têm diferentes ideologias que sustentam políticas, estratégias e posturas diferenciadas, diante do fenômeno, perceptíveis em discursos e práticas. Para alguns grupos sociais, o turismo representa atividade redentora, salvadora da pátria, enquanto outros o consideram ação devastadora da natureza, comprometedora da sociedade ou meramente econômica, diferente dos que percebem a atividade essencialmente cultural. Por um lado, é entendida como atividade concentradora de renda, ao contrário dos que a defendem como atividade distribuidora de emprego e ganho.

No entanto, não se pode pensar turismo solução da economia, apenas colabora. A atividade turística é ambígua, pois, ao tempo em que promove riqueza, emprego e melhoria de vida, produz pobreza, exclusão social e fragmentação de espaço, por mais que, no discurso, pregue inclusão social e integração de destinos.

A regionalização do turismo e planejamento regional são formas de minimização de aspectos negativos que envolvem território e organização econômica, social, educacional, entre aspectos relevantes de planejamento do espaço público. Regionalizar não é apenas roteirizar destinos: é encontrar as partes do todo. É trabalhar um conjunto de decisões, que, integradas e em sintonia com políticas estadual e federal, constituem base sólida à consolidação do turismo como atividade econômica relevante.

É enfatizar o modelo do turismo que se deseja desenvolver e se quer envolvido com setores da administração pública, sobretudo, políticas globais, econômicas e sociais. O território precisa de gestão proativa e definição de estratégias que garantam alcance de objetivos. Desenho de perspectivas requer compreensão profunda da realidade local. Com vontade política e envolvimento do Estado, é possível articular atores envolvidos com o processo de regionalização e promoção de desenvolvimento turístico integrado às necessidades amplas do território, em dimensões econômica, social, ambiental e política.

REFERÊNCIAS

- A NATUREZA é conservada no Estuário dos Rios Timonha e Ubatuba. **O Estado**, Fortaleza, 03 mar. 2015. O Estado Verde. Disponível em: <<http://www.oestadoce.com.br/cadernos/oev/a-natureza-e-conservada-no-estuario-dos-rios-timonha-e-ubatuba>>. Acesso em: 23 jun. 2017.
- ACERENZA, M. A. **Administração do turismo**: conceituação e organização. Tradução de Graciela Rabuske Hendges. São Paulo: Educs, 2002.
- AEROPORTO de Jericoacoara, no Ceará, recebe o primeiro voo comercial. **G1CE**, Fortaleza, 24 jun. 2017. Notícias. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ceara/noticia/aeroporto-de-gericoacoara-no-ceara-recebe-o-primeiro-voo-comercial.ghtml>>. Acesso em: 18 set. 2017.
- AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL SUSTENTÁVEL. **Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio-Norte**. 2009. Disponível em: <https://www.senado.gov.br/comissoes/CDR/AP/AP20090826_PSDRT_meio_-_norte.pdf>. Acesso em: 10 out. 2017.
- AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS MARANHÃO. **Grandes empreendimentos dinamizam a economia da Rota das Emoções**. Disponível em: <[http://www.portaldodesenvolvimento.org.br/ma-grandes-empreendimentos-dinamizam -a-economia-na-rota-das-emocoes/](http://www.portaldodesenvolvimento.org.br/ma-grandes-empreendimentos-dinamizam-a-economia-na-rota-das-emocoes/)>. Acesso em: 18 set. 2017.
- ALMEIDA, H. M. A.; POLERO, A. C. O PRODETUR e a política de cluster do turismo no Nordeste e no Ceará. In: CORIOLANO, L. N. M. T. (Org.). **O turismo de inclusão e o desenvolvimento local**. Fortaleza: FUNECE, 2003.
- ALMEIDA, M. G. Turismo no Ceará: reflexões sobre o processo e implicações para o litoral cearense. **Caderno Norte Rio-Grandense de Temas Geográficos**, Natal, v. 8, n. 1, jan./dez. 1994.
- ALVES, P. **Lençóis maranhenses**: dicas e planejamento. 23 jun. 2015. Disponível em <<http://www.omundoaosmeuspes.com.br/lencois-maranhenses-indice-dicas-e-planejamento/>>. Acesso em: 09 nov. 2017.
- ANDRADE, M. C. **A terra e o homem no Nordeste**: contribuição ao estudo da questão agrária no Nordeste. São Paulo: Cortez, 2005.
- ANJOS, F. A.; HENZ, A. P. Planejamento do turismo no Brasil entre 2003 e 2007. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 9., 2012, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2012. p.1-12.
- ANJOS, F. A.; LIMBERGER, P. F. Destino turístico e gestão integrada. In: FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUAÇU, 7., 2013, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu, 2013. p.1-8.
- ARAÚJO, A. M. M. Inserção e competição no mercado turístico. In: CORIOLANO, L. N. (Org.). **Turismo, território e conflitos imobiliários**. Fortaleza: EdUECE, 2012.

ARAÚJO, C. M.; CÉSAR, P. A. B. Dimensão político-institucional do turismo no Brasil. In: BENI, M. C. (Org.). **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri, SP: Manole, 2012. p.257-281.

ARAÚJO, C. M.; TASCHNER, G. Turismo e políticas públicas no Brasil. In: BENI, M. C. (Org.). **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri, SP: Manole, 2012. p. 3 -27.

ARAÚJO, C. P. Da Embratur à Política Nacional de Turismo. **Revista Pós**, São Paulo, v. 19, n. 31, p. 146-162, ago. 2012. Disponível em: <www.periodicos.usp.br/posfau/article/download/48087/51858>. Acesso em: 23 jan. 2017.

ARAÚJO, E. F. As políticas públicas de turismo na região Nordeste: novas ações do governo estadual cearense. **Revista Geografia em Atos**, Presidente Prudente, v.1, n.13, p. 22-35, jan./jun. 2013.

ARAÚJO, L. L. B. **A regionalização do turismo nos Estados do Ceará, Piauí e Maranhão a partir do Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio-Norte**. 2013. 144 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Centro de Ciências, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013.

_____. A aplicação do conceito de região no Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística (PDRST) do Meio-norte (Brasil). **Revista Geografia Ensino & Pesquisa**, Santa Maria, v.18, n.2, p.25-38, maio/ago. 2014.

ARAÚJO, L. L. B.; DANTAS, E. W. C. Políticas públicas de turismo: um olhar para a Região Meio-Norte do Nordeste brasileiro. **Geosaberes**, Fortaleza, v. 6, n. 2, p. 222-236, nov. 2015.

ARAÚJO, L. M.; MOURA, F. B. P. Expansão do turismo na zona costeira nordestina. In: CORIOLANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). **O Turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. Fortaleza: EdUece, 2007.

ARAÚJO, R. J. R. **Roteiros integrados no turismo regional: o caso de Jericoacoara na Rota das Emoções**. 2012. 75 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará, Fortaleza, 2012.

ARAÚJO, T. B. Herança de diferenciação e futuro de fragmentação. **Estudos Avançados**, São Paulo, v.11, n.29, p.7-36, jan./abr. 1997. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v11n29/v11n29a02.pdf>>. Acesso em 14 mar. 2017.

ASSINADA ordem de serviço para reinício da obra do Aeroporto de Barreirinhas. **O Imparcial**, São Luís, 22 fev. 2016. Cidades. Disponível em: <<https://oimparcial.com.br/noticias/cidades/2016/02/assinada-ordem-de-servico-para-reinicio-da-obra-do-aeroporto-de-barreirinhas/>>. Acesso em: 18 set. 2017.

BARBOSA, L. M. Turismo no Nordeste brasileiro: concepções da política do Prodetur a partir das dinâmicas territoriais. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM GEOGRAFIA, 11., 2015, Presidente Prudente, SP. **Anais...** Presidente Prudente, SP: ANPEGE, 2015. p.3277-3288. Disponível em: <<http://www.enanpege.ggf.br/2015/anais/arquivos/10/309.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

BARBOSA, L. M. **Políticas territoriais de turismo: concepções e impactos do PRODETUR no Nordeste brasileiro**. 2017. 247 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2017.

BARROQUINHA. Prefeitura Municipal. **Pontos Turísticos**. Disponível em <<http://barroquinha.ce.gov.br/turismo/>>. Acesso em: 18 out. 2017.

BECKER, B. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. (Orgs.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BELTRÃO, O. D. **Turismo: a indústria do século 21**. Osasco: Novo Século, 2001.

BENEVIDES, I. P. O turismo e seu planejamento governamental no Ceará. In: CORIOLANO, L. N. M. T. (Org.). **O turismo de inclusão e o desenvolvimento local**. Fortaleza: FUNECE, 2003.

BENI, M. C. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003.

_____. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BOIYEUX, B. **Legislação de turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BONAVIDES, P. **Ciência Política**. 10. ed. São Paulo: Malheiros, 2000.

BOZZANO, H. **Territorios reales, territorios pensados, territorios posibles: aportes para una teoría territorial del ambiente**. Buenos Aires: Espacio, 2000.

BRAGA, M. B.; SELVA, V. S. F. O turismo de base comunitária pode ser um caminho para o desenvolvimento local? **REDE - Revista Eletrônica do PRODEMA**, Fortaleza, v. 10, n. 1, p. 38-53, jan/jun. 2016.

BRANDÃO, C. Desenvolvimento, territórios e escalas espaciais: levar na devida conta as contribuições da economia e geografia crítica para construir a abordagem interdisciplinar. In: RIBEIRO, M. T. F.; MILANI, C. (Orgs.). **Compreendendo a complexidade socioespacial contemporânea: o território como categoria de diálogo interdisciplinar**. Salvador: UFBA, 2008.

BRANDÃO, P. R. B. Refletindo sobre as políticas públicas para o turismo em Cancun: um modelo a ser seguido? In: CASTILHO, C. J. M.; SELVA, V. S. F. (Orgs.). **Turismo, políticas públicas e gestão dos ambientes construídos**. Recife: UFPE, 2012. p. 117-140.

BRASIL ECONÔMICO. **Eike Batista cria maior empresa privada de energia do País**. Disponível em: <<http://economia.ig.com.br/empresas/infraestrutura/mpx-de-eike-batista-forma-sociedade-com-alema-eon/n1597565686870.html>>. Acesso em: 09 nov. 2017.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988**. 34. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, 2011.

BRASIL. Decreto nº 448, de 14 de Fevereiro de 1992. Regulamenta dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991, dispõe sobre a Política Nacional de Turismo e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 17 fev. 1992. Seção 1, p. 1901. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1992/decreto-448-14-fevereiro-1992-343147-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

_____. Decreto s/nº, de 28 de agosto de 1996. Dispõe sobre a criação da Área de Proteção Ambiental Delta do Parnaíba, nos Estados do Piauí, Maranhão e Ceará, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 29 ago. 1996. p. 16622.

_____. Decreto-Lei nº 55, de 18 de Novembro de 1966. Define a política nacional de turismo, cria o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 21 nov. 1966. Seção 1, p. 13416. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1960-1969/decreto-lei-55-18-novembro-1966-371224-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

BRASIL. Ministério da Integração. **Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio-Norte**. Brasília, 2009.

_____. Ministério da Integração. **Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio-Norte**. Brasília, 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo. **PNT: principais diretrizes: estratégias e programas 1996-1999**. Brasília, 1996.

_____. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas 2003-2007**. Brasília, 2003.

_____. Ministério do Turismo. **Viagem Técnica: relatório final: roteiro integrado Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses**. Brasília, 2006a. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/downloads_regionalizacao/RELATxRIO_FINAL_CEPIMA.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2017.

_____. Ministério do Turismo. **Avaliação ambiental estratégica – região Costa Norte – linha de base: planos, programas e projetos**. Brasília: Laboratório Interdisciplinar do Meio Ambiente (LIMA), 2006b.

_____. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: uma viagem de inclusão 2007-2010**. Brasília, 2007a.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo: roteiros do Brasil: introdução à regionalização do turismo**. Brasília, 2007b.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: módulo operacional 7 roteirização turística**. Brasília, 2007c.

_____. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Brasília, 2010a.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo no Brasil 2011-2014**. Brasília, 2010b.

_____. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo 2013 -2016**. Brasília: MTur, 2013.

_____. Ministério do Turismo. **Plano estratégico de desenvolvimento do turismo regional da rota das emoções**: produto V entrega de resultados. São Paulo, 2014.

_____. Ministério do Turismo. **Índice de competitividade do turismo nacional**: relatório Brasil 2015. Brasília, 2015.

_____. Ministério do Turismo. **Governos estaduais assinam acordo para promover a Rota de Emoções**. Brasília, 2016. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5899-governos-estaduais-assinam-acordo-para-promover-a-rota-das-emo%C3%A7%C3%B5es.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

_____. Ministério do Turismo. **Brasil + Turismo**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/brasilmaisturismo/>>. Acesso em: 12 mar. 2017.

BRASILEIRO, M. D. S. Desenvolvimento e turismo: para além do paradigma econômico. In: BRASILEIRO, M. D. S.; MEDINA, J. C.; CORIOLANO, L. N. (Orgs.). **Turismo, cultura e desenvolvimento**. Campina Grande: EDUEPB, 2012.

BRAZIL NATIONAL TOURISM MART. **Institucional**. 2009. Disponível em: <<http://www.bntm.com.br/>>. Acesso em: 18 set. 2017.

BRITO, M. **Porto das Barcas Parnaíba-PI**. 03 jul. 2013. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/deltadoparnaiba/9198284747/>>. Acesso em: 18 out. 2017.

BUARQUE, S. (Coord.). **Cadeia produtiva do turismo**: cenários econômicos e estudos setoriais. Recife: Sebrae, 2008.

BUCCI, M. P. D. *et al.* **Direitos humanos e políticas públicas**. São Paulo: Polis, 2001. 60p.

BUCCI, M. P. D. Políticas públicas e direito administrativo. **Revista de Informação Legislativa**, Brasília, v. 34, n. 133, p.89-98, jan./mar. 1997. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/198/r133-10.PDF?sequence=4>>. Acesso em: 20 out. 2017.

BUHALIS, D. Marketing: the competitive destination of the future. **Tourism Management**, London, v. 21, n. 5, p. 97-116, feb. 2000. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517799000953>>. Acesso em: 23 mar. 2017.

BULL, A. **La economía del sector turístico**. Madrid: Alianza Editorial, 1994.

CALDAS, P. Michel Temer garante a Themístocles Filho que BR 222 será feita. **GP1**, Teresina, 16 out. 2016. Notícias. Disponível em: <<http://www.gp1.com.br/noticias/michel-temer-garante-a-themistocles-filho-que-br-222-sera-feita-402824.html>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

CARLOS, A. F. A. **Espaço-tempo na metrópole**. São Paulo: Contexto, 2001.

_____. **O espaço urbano**: novos escritos sobre a cidade. São Paulo: FFLCH, 2007.

CARLOS, L. Rota das Emoções vai ganhar novas trilhas para veículos off road. **Meio Norte**, Teresina, 11 set. 2017. Notícias. Disponível em: <<https://www.meionorte.com/noticias/rotas-das-emocoes-vai-ganhar-novas-trilhas-para-veiculos-off-road-325637>>. Acesso em: 18 set. 2017.

CASTRO, I. E. Imaginário político e território: natureza, regionalismo e representação. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. (Orgs.). **Explorações geográficas: percursos no fim do século**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

CAVALCANTE, B. Segundo voo para Jeri tem 80% dos assentos vendidos. **O Povo**, Fortaleza, 22 jun. 2017. Economia. Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/jornal/economia/2017/06/segundo-voo-para-geri-tem-80-dos-assentos-vendidos.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

CAZES, G. Les littoraux en proie au tourisme. **Hérodote**, Paris, v. 3, n. 93, p.144-164, mar./avr. 1999.

CIDADE VERDE. **Ampliação da pista do aeroporto de Parnaíba será inaugurada dia 23**. 20 mar. 2017. Disponível em: <<https://cidadeverde.com/noticias/55157/ampliao-da-pista-do-aeroporto-de-parnaiba-sera-inaugurada-dia-23>>. Acesso em: 18 set. 2017

COOPER, C.; FLETCHER, J; GILBERT, D.; WANHHILL, S. **Tourism: principles and practice**. London: Pitman Publishing, 1993.

COOPER, C.; HALL, C. M.; TRIGO, L. G. **Turismo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CORIOLOANO, L. N. M. T. **Turismo, territórios e sujeitos nos discursos e práticas políticas**. 2004. 180 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, Aracaju, 2004.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; SILVA, S. B. M. **Turismo e geografia: abordagens críticas**. Fortaleza: EdUECE, 2005.

CORIOLOANO, L. N. M. T. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annalumbé, 2006.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; ALMEIDA, H. M. O turismo no Nordeste brasileiro: dos resorts aos núcleos de economia solidária. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GEOCRÍTICA, 9., 2007, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre, RS: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2007. Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/9porto/luziane.html>>. Acesso em: 12 maio 2017.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; FERNANDES, L. M. M. Políticas de turismo: ações e contradições da realidade cearense. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. Fortaleza: EdUECE, 2007.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. A utopia da sustentabilidade no turismo. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. Fortaleza: EdUECE, 2007a. p. 23-54.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. Apresentação. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. Fortaleza: EdUECE, 2007b. p. 8-11.

CORIOLOANO, L. N. M. T. (Org.). **Arranjos produtivos do turismo comunitário: atores e cenários em mudança**. Fortaleza: EdUECE, 2009.

CORRÊA, R. L. **Trajetórias geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1997.

COSTA, E. B. Contribuição à leitura interescolar do turismo: resgate aos princípios lógicos da geografia. In: PORTUGUEZ, A. P.; SEABRA, G. F.; QUEIROZ, O. T. M. M. (Orgs.). **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local**. João Pessoa: UFPB, 2012.

CRUZ, R. C. **Política de turismo e território**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2001.

_____. As paisagens artificiais criadas pelo turismo. In: YÁZIGI, E. A. (Org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002. p. 107-119.

_____. Políticas públicas de turismo no Brasil: território usado, território negligenciado. **Geosul**, Florianópolis, v.20, n. 40, p.27-43, jul./dez. 2005.

_____. Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço. In: LEMOS, A. I. G.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. (Orgs.). **América Latina: cidade, campo e turismo**. Buenos Aires: CLACSO, 2006.

_____. (Coord.). **Geografias do turismo: de lugares a pseudo-lugares**. São Paulo: Roca, 2007. 140 p.

DAMIANI, A. L. Introdução a elementos da obra de Henri Lefebvre e a Geografia. **Revista do Departamento de Geografia – USP**, São Paulo, volume especial, p. 254-283, 2012. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rdg/article/view/53851/57814>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

DANTAS, E. W. C. Imaginário social nordestino e políticas de desenvolvimento do turismo no nordeste brasileiro. **GEOUSP – Espaço e Tempo**, São Paulo, n.22, p. 09-30, 2007.

_____. Nordeste brasileiro fragmentado. In: SILVA, J. B.; DANTAS, E. W. C.; ZANELLA, M. E.; MEIRELES, A. J. A. (Orgs.). **Litoral e sertão**. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2006. p.23-44.

_____. **Maritimidade nos trópicos: por uma geografia do litoral**. Fortaleza: Edições UFC, 2009.

DANTAS, E. W. C.; FERREIRA, A. L.; CLEMENTINO, M. L. M. (Coords.). **Turismo e imobiliário nas metrópoles**. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2010.

DE LA TORRE, O. **El turismo, fenómeno social**. Cidade do México: Fondo de Cultura Económico, 1992.

DELTA RIO PARNAÍBA. **Porto das Barcas em Parnaíba**. Disponível em: <<http://deltarioparnaiba.com.br/porto-das-barcas-parnaiba/>>. Acesso em: 18 set. 2017.

DENCKER, A. F. M.. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 3. ed. São Paulo: Futura, 2000.

DIA do Meio Ambiente terá exposição sobre a APA do Delta no Parnaíba Shopping. **Acesse 24 horas**, Parnaíba, 24 ago. 2016. Disponível em <<http://a24horas.com/2/dia-do-meio-ambiente-tera-exposicao-sobre-a-apa-do-delta-no-parnaiba-shopping/>>. Acesso em: 09 nov. 2017

DIÁRIO DO ROSÁRIO. Turismo: Ex-ministro Barreto atuará como consultor na Rota das Emoções. **Diário do Rosário**, 09 set. 2007. Disponível em: <<http://diarioderosario.com.br/index.php/2017/09/09/ex-ministro-do-turismo-atuara-como-consultor-da-rota-das-emocoes/>>. Acesso em: 18 set. 2017.

DIAS, R. **Planejamento do turismo**: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas: 2008.

DINIZ, C. R. **Metodologia científica**. Campina Grande: UEPB; Natal: UFRN, 2008.

DREHER, M. T.; SALINI, T. S. Turismo e regionalização: uma leitura das lógicas deste processo! In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 5., 2008, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: ANPTUR, 2008. p.1-14.

DUARTE, R. B. A. **História de sucesso**: comércio e serviços: turismo. Brasília: SEBRAE, 2008.

ECODUNAS. **Roteiros de Emoções**. Disponível em: <<http://www.ecodunas.com.br/roteiros.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

EMIR, A. **Agência da Rota das Emoções deixou de funcionar com Flávio Dino na Embratur e Gastão Vieira no MTur**. Disponível em: <<http://www.aquilesemir.com.br/2016/01/agencia-da-rota-das-emocoes-deixou-de.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

ENDRES, A. V. Planejamento estatal: do centralizado ao participativo e seus reflexos no turismo do Nordeste. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 13, n.1, p. 66-78, maio 2002.

_____. Políticas de turismo, desenvolvimento e o papel do estado: cenários e inquietações. **Em Tese – Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, Trindade, SC, v. 5, n1, p.74-97, ago./dez. 2008.

ENEVA. **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.eneva.com.br/quem-somos/>>. Acesso em: 09 nov. 2017.

FERES, R. **Lençóis maranhenses**. 2017. Disponível em: <<http://ricardoferes.com/project/lencois-maranhenses/>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

FERREIRA, L. S. **Planejamento e ordenamento territorial do turismo na região metropolitana de Natal-RN**. 2009. 174 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2009.

FRATUCCI, A. C. **A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo**: as possibilidades das redes regionais de turismo. 2008. 308 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2008.

FREIRE, R. Enquadra e pendura, Luzia. **Revista Época**, Porto Alegre, 26 set. 2005. Xongas. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT1040856-2845,00.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

_____. **Em Atins, reencontrando a Luzia (e o camarão mais gostoso do mundo)**. 18 out. 2017. Disponível em: <<https://www.viajnaviagem.com/2013/09/atins-lencois-maranhenses>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

GUIA LITORAL DO PIAUÍ. **Luis Correia**. Disponível em: <<http://guialitoraldopiaui.blogspot.com.br/p/luis-correia.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

GUIMARÃES, Y. **Ceará, Maranhão e Piauí firmam parceria para desenvolver o turismo da Rota das Emoções**. 26 jan. 2016. Disponível em: <<http://www.ceara.gov.br/2016/01/26/ceara-maranhao-e-piaui-firmam-parceria-para-desenvolver-turismo-da-rota-das-emocoes>>. Acesso em: 30 out. 2017.

HAESBAERT, R. **Dos múltiplos territórios à multiterritorialidade**. Porto Alegre: [s.n.], 2004. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/petgea/Artigo/rh.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2017.

_____. Região: trajetos e perspectivas. In: JORNADA DE ECONOMIA REGIONAL COMPARADA, 1., 2005, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: PUCRS, 2005. p.1-15.

HAESBAERT, R.; PORTO-GONÇALVES, C. W. **A nova desordem mundial**. São Paulo: Unesp, 2006. 160p.

HAESBAERT, R.; LIMONAD, E. O território em tempos de globalização. **Etc: Espaço, Tempo e Crítica**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p.39-52, ago. 2007. Disponível em: <http://www.uff.br/etc/UPLOADS/etc%202007_2_4.pdf>. Acesso em: 05 out. 2017.

HALL, C. M. **Planejamento turístico**: política, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2001.

HALL, C. M.; PAGE, S. J. **The geography of tourism and recreation**: environment, place and space. London: Routledge, 1999.

HENZ, A. P. **Políticas públicas de turismo no Brasil**: a interferência da política nacional de turismo entre 2003 e 2007 no direcionamento das políticas estaduais. 2009. 135 f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. **Presidente da Embratur apresenta a Rota das Emoções aos alemães**. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/Presidente_da_Embratur_apresenta_a_Rota_das_Emocoes_aos_alemaes.html>. Acesso em: 18 set. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DO MEIO AMBIENTE E DOS RECURSOS NATURAIS RENOVÁVEIS. **Plano de gestão e diagnóstico geoambiental e socioeconômico da Apa Delta do Parnaíba**. Fortaleza: IEPS; UECE, 1998.

INSTITUTO CASA BRASIL. **Destino referência em segmentos turísticos**. Goiânia: Gráfica Talento, 2010.

INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. **Parque Nacional de Jericoacoara**. Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/portal/visitacao1/unidades-abertas-a-visitacao/190-parque-nacional-de-jericoacoara.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

_____. **Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses**. Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/parnalencoismaranhenses/guia-do-visitante.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

INSTITUTO MARCA BRASIL. **Rede de cooperação técnica para roteirização – manual de orientação metodológica**. 2. ed. Brasília: IMB, 2009.

JERI-BRAZIL. **História**. Disponível em: <<http://www.jeri-brazil.org/historia-jericoacoara.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

KANITZ, H. G.; TRIGUEIRO, R. P. C.; ARAÚJO, M. A. D. Perspectivas do Plano Nacional de Turismo 2007/2010: avanços ou utopias? **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v.21, n.3, p.644-667, dez. 2010.

KINNEAR, T. C.; TAYLOR, J. **Marketing research: na applied approach**. 5. ed. New York: Mc Graw-Hill, 1996.

KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e geografia**. São Paulo: Hucitec, 1999. p. 62-74.

KONDER, L. **O que é dialética**. São Paulo: Brasiliense, 2008.

LANZARINI, R.; BARRETTO, M. Políticas públicas no Brasil para um turismo responsável. **Revista Turismo - Visão e Ação**, Balneário Camboriú, v.16, n.1, p.185-215, jan./abr. 2014. Disponível em: <<https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/viewFile/5945/3237>>. Acesso em: 23 out. 2016.

LIMA, M.; PEDROZA, M. Descubra as rotas turísticas do Ceará: entre o azul do céu e um mar de emoções. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 08 dez. 2016. Tur. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tur/entre-o-azul-do-ceu-e-um-mar-de-emocoes-1.1664561>>. Acesso em: 23 jul. 2017.

LIMA, T. **Prêmio para Rota das Emoções confirma acerto de consórcio**. Disponível em: <[http://noticiasdarota.blogspot.com.br/Notícia de 03/07/2009](http://noticiasdarota.blogspot.com.br/Notícia%20de%2003%2F07%2F2009)>. Acesso em: 18 set. 2017.

LITORALTUR. **Itinerário Rota das Emoções - pacote de 3 dias**. Disponível em: <<http://www.litoraltur.com/jericoacoara-delta-lencois.php>>. Acesso em: 18 set. 2017.

LOBATO, F. M. **Descentralização de políticas públicas de turismo: a municipalização do turismo no Maranhão**. 2001. 236 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

LOPES, C. H. Análise dos modelos de planejamento e desenvolvimento turístico propostos pela gestão pública no Brasil. **Revista Acadêmica Senac**, Belo Horizonte, v.1, n.1, p.1-15, out./dez. 2006.

MACHADO, T. **Porto das Barcas: o centro do artesanato em Parnaíba**. Disponível em: <<http://www.proparnaiba.com/redacao/2012/02/05/porto-das-barcas-o-centro-do-artesanato-em-parna-ba.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

MAGALHÃES, W. **Conheça Chaval**. Disponível em: <<https://www.chavalzada.com/p/conhecachaval.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

MAPIO. **Pedra da Carnaúba, em Chaval**. Disponível em: <mapio.net/a/14476617/>. Acesso em: 09 nov. 2017.

MARANHÃO. Governo do Estado. **Governo e Sebrae reúnem parceiros para discutir estratégias para a Rota das Emoções**. Disponível em: <<http://www.ma.gov.br/governo-e-sebrae-reunem-parceiros-para-discutir-estrategias-para-a-rota-das-emocoes/>>. Acesso em: 18 set. 2017.

MARANHÃO. Secretaria de Infraestrutura. **Flávio Dino lança pacote de obras de infraestrutura turística para Barreirinhas**. 23 maio 2017. Disponível em: <<http://www.sinfra.ma.gov.br/2017/05/23/flavio-dino-lanca-pacote-de-obras-de-infraestrutura-turistica-para-barreirinhas/>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MATOS, F. O. **Formação e limitações regionais do Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio-Norte (Brasil)**. 2013. 190 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Departamento de Geografia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013.

MATOS, F. O.; ARAÚJO, L. L. B. Considerações sobre a regionalização do turismo no “Meio-Norte” brasileiro. **Revista Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v.14, n.46, p. 38-49, jun. 2013. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/17879/12807>>. Acesso em: 14 maio 2017.

MATTOS, S. M. C. S. Instrumentos para geração de emprego e renda utilizados pelo Consórcio Intermunicipal do Vale do Jiquiriçá: diagnóstico e propostas. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS, 15., 2006, Caxambu. **Anais...** Caxambu, MG: ABEP, 2006. p.1-14.

MOTA, K. C. N.; VIANNA, S. L. G.; ANJOS, F. A. **Competitividade das destinações turísticas: estudos de casos brasileiros**. São Paulo: Atlas, 2013.

MOUNTAINZONE. **Elf authentic adventure set to Begin**. Disponível em: <<https://www.mountainzone.com/adventure/2000/elf/>>. Acesso em: 18 set. 2017.

NASCIMENTO, R. C. Reflexões sobre planejamento turístico regional no limite do Sístur. In: BENI, M. C. (Org.). **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão**. Barueri, SP: Manole, 2012. p. 45-56.

NOGUEIRA, E. Ceará, Piauí e Maranhão reativam agência para promover Rota das Emoções. **Agência Brasil**, Brasília, 26 jan. 2016. Notícias. Empresa Brasil de Comunicação. Disponível em: <<http://agenciabrasil.etc.com.br/geral/noticia/2016-01/ceara-piaui-e-maranhao-reativam-agencia-para-promover-rota-das-emocoes>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

NOGUEIRA, O. **Pesquisa social: introdução às suas técnicas**. 4. ed. São Paulo: Nacional, 1977.

NOIA, C. A.; VIEIRA JÚNIOR, A.; KUSHANO, E. S. Avaliação do Plano Nacional de Turismo: gestão do governo Lula, entre os anos de 2003 a 2007. **CULTUR - Revista de Cultura e Turismo**, Ilhéus, BA, v. 1, n.1, p.24-38, out.2007. Disponível em: <<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao1/artigo3.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2017.

OLIVEIRA, A. **Rota das Emoções contabiliza bons resultados**. Maranhão: Agência Sebrae de Notícias, 2011.

OLIVEIRA, F. **Elegia para re(li)gião: Sudene, Nordeste: planejamento e conflitos de classe**. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.

OLIVEIRA, M. **Governo autoriza revitalização do Complexo Porto das Barcas**. Disponível em: <<http://www.pi.gov.br/materia/cultura/governo-autoriza-revitalizacao-do-complexo-porto-das-barcas-1641.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Educando educadores em turismo**. Valência: Universidad Politecnica de Valência, 1995.

_____. **Introdução do Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PAIVA, M. G. M. V. Análise de programas de turismo no nordeste na perspectiva dos planejamentos participativo e estratégico. **Revista Econômica Nordeste**, Fortaleza, v. 45, n.1, p.90-105, jan./mar. 2014.

PASTORELLO, F. **Atins: o que fazer, como chegar e onde ficar - Lençóis Maranhenses**. 10 set. 2012. Disponível em: <<https://viagenscinematograficas.com.br/2012/09/atins-como-chegar-lencois-maranhenses.html>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

PEREIRA JUNIOR, A. N. Turismo e desenvolvimento regional. In: OLIVEIRA, F. B. (Org.). **Política de gestão pública integrada**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2008. p. 224-229.

PIAUI. Governo do Estado. **Estado retoma duplicação da BR-343 e restauração de ponte em Parnaíba**. 30 jun. 2017a. Disponível em: <<http://www.pi.gov.br/materia/infraestrutura/estado-autoriza-retomada-da-duplicacao-da-br-343-e-restauracao-de-ponte-em-parnaiba-1763.html>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

PIAUI. Governo do Estado. **Governo realizará obras na área do Porto de Luís Correia e analisa proposta para estação ecológica.** 11 out. 2017b. Disponível em: <<http://www.pi.gov.br/materia/governo/governo-realizara-obras-na-area-do-porto-de-luis-correia-3303.html>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

PIAUI. Governo do Estado. **Rota das Emoções vai ganhar investimentos em trilhas off road e esportes aquáticos.** Disponível em: <<http://www.pi.gov.br/materia/desenvolvimento/rota-das-emocoes-vai-ganhar-investimentos-em-trilhas-off-road-e-esportes-aquaticos-2136.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

PORTAL AZ. **Artesão dos Piauí, Ceará e Maranhão embarcam na Rota das Emoções.** Disponível em: <<http://www.portalaz.com.br/noticia/geral/174428/artesaos-do-piaui-ceara-e-maranhao-embarcam-na-rota-das-emocoes>>. Acesso em: 18 set. 2017.

PORTAL BARREIRINHAS. **Mandacaru.** Disponível em: <<http://portalbarreirinhas.com.br/home/turismo-e-lazer/mandacaru.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

PRAIAS-360. **Praia de Caburé.** Disponível em: <<http://www.praias-360.com.br/maranhao/barreirinhas/praiadecabure>>. Acesso em: 18 set. 2017.

RIBEIRO, E. **Governadores do Ceará, Piauí e Maranhão selam consórcio para desenvolvimento integrado do turismo.** 2008. Disponível em: <<http://www.psbceara.org.br/imprime.asp?id=181&var=IMPrensa%20PSB&c=>>>. Acesso em: 18 set. 2017.

RIPARDO, W. **Câmara de Parnaíba participa de reunião que definiu ações para a Rota das Emoções.** Disponível em: <http://parnaibanomundo.blogspot.com.br/2015/09/camara-de-parnaiba-participa-de-reuniao_20.html>. Acesso em: 18 set. 2017.

RIVIANE, R. **Sistema e cadeia produtiva do turismo (2012).** Disponível em: <<https://robertariviane.files.wordpress.com/2012/02/fundamentos-de-turismo-sistur-e-cadeia.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2017.

ROPE, A. Um passeio para cada um. **Correio Braziliense**, Brasília, 23 mar. 2011. Turismo. Disponível em: <http://www.rotadasemocoes.com.br/webroot/files/rde_noticias/t02-tur-2303-a6267.pdf>. Acesso em: 14 maio 2017.

ROTA DAS EMOÇÕES. **Cajueiro da Praia Barra Grande Piauí.** Disponível em: <<http://rotadasemocoes.blogspot.com.br/2010/05/cajueiro-da-praia-barra-grande-piaui.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

ROTAS ajudam a desenvolver a cadeia do turismo no Ceará. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 10 dez. 2015. Tur. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tur/rotas-ajudam-a-desenvolver-a-cadeia-do-turismo-no-ceara-1.1450536>>. Acesso em: 18 set. 2017.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente.** 7. ed. Campinas, SP: Papyrus, 2001.

SANSOLO, D. G.; CRUZ, R. C. A. Plano Nacional do Turismo: uma análise crítica. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v.3, n. 4, p.1-6, 2003. Disponível em: <<http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/texto-5363c74540fdc.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, R. **Senador do Maranhão discute estratégias para a Rota das Emoções**. Disponível em: <<http://blogdoricardosantos.com.br/2017/06/23/senador-do-maranhao-discute-estrategias-para-a-rota-das-emocoes/>>. Acesso em: 18 set. 2017.

SARTI, A. C.; QUEIROZ, O. T. M. M. Espaço, paisagem, lugar, território e região – a organização do espaço turístico. In: BENI, M. C. (Org.). **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri, SP: Manole, 2012. p.3-27.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **O que é o Sebrae?** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adiicionais/o_que_fazemos>. Acesso em: 18 set. 2017.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Rota das Emoções: Sebrae atuará para fortalecer cadeia de valor. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 23 mar. 2017a. Tur. Disponível em:

<<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tur/online/rota-das-emocoes-sebrae-atuara-para-fortalecer-cadeia-de-valor-1.1724987>>. Acesso em: 18 set. 2017.

_____. Roteiro da Rota das Emoções entra em uma nova fase. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 12 jan. 2017b. Tur. Disponível em:

<<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tur/online/roteiro-rota-das-emocoes-entra-em-uma-nova-fase-1.1685480>>. Acesso em: 18 set. 2017.

SEVERO, L. Taxa de turismo em Jericoacoara começa a ser cobrada dia 21. **O Povo**, Fortaleza, 02 set. 2017. Cotidiano. Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/jornal/cotidiano/2017/09/taxa-de-turismo-em-jericoacoara-comeca-a-ser-cobrada-dia-21.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

SILVA, A. F. C.; FERREIRA, A. L. Três momentos da urbanização turística: Estado, mercado e desenvolvimento regional do Nordeste Brasileiro (1997-2007). **Scripta Nova - Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, Barcelona, v.12, n. 270, ago. 2008. Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-270/sn-270-89.htm>>. Acesso em: 12 set. 2017.

SILVA, D. P. S. A quem interessa o programa de regionalização do turismo: notas à luz dos conceitos de região. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, 14., 2013, Lima. **Anais eletrônicos...** Lima: EGAL, 2013. p.1-15.

SILVA, E. L. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

SILVA, J. M. D. S. **Políticas e programas de turismo no Rio Grande do Norte: reflexões e propostas**. 2014. 135f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos) – Centro de Estudos Sociais Aplicados, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2014.

SILVEIRA, M. A. T. **Turismo, políticas de ordenamento territorial e desenvolvimento: um foco no estado do Paraná no contexto regional.** 2002. 240 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

SOBRINHO, F. L. A. Usos e possibilidades do turismo regional no eixo Brasília - Goiânia. In: PORTUGUEZ, A. P.; SEABRA, G. F.; QUEIROZ, O. T. M. M. (Orgs.). **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local.** João Pessoa: UFPB, 2012.

SOUZA, M. A. **A Cadeia Turística (1998).** Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/petgea/Artigo/rh.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2017.

SOUZA, M. J. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORREIA, R. L. **Geografia: conceitos e temas.** Rio de Janeiro: Bertrand, 1995. p. 77 - 116.

SOUZA, R. O. As políticas públicas de turismo no Brasil e no Ceará entre 1990-2010 e suas contribuições para o desenvolvimento econômico e social. **Caderno de Cultura e Ciência,** Crato, v.12, n.12, p.116-131, dez. 2013. Disponível em: <http://periodicos.urca.br/ojs/index.php/cadernos/article/view/629/pdf_1>. Acesso em: 12 jun. 2017.

SUÊNIO, B. **Wellington cria câmara setorial de turismo da Rota das Emoções.** Disponível em: <<http://www.gp1.com.br/noticias/wellington-cria-camara-setorial-de-turismo-da-rota-das-emocoes-419004.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

TAVEIRA, M. S. Planejamento turístico para desenvolvimento de pequenas cidades do Rio Grande do Norte. In: CORIOLANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P.; FERNANDES, L. M. M. (Orgs.). **Turismo e prática de responsabilidade socioambiental em empreendimentos turísticos no nordeste brasileiro.** Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2017.

TONINI, H. **Estado e turismo: políticas públicas e enoturismo no vale dos vinhedos.** 2007. 188 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/280>>. Acesso em: 17 set. 2017.

TRENTI, F.; FRATUCCI, A. C. Política Nacional de Turismo no Brasil: da Municipalização à Regionalização. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM & MANAGEMENT STUDIES, 1., Algarve, 2011. **Anais...** Algarve: Book of Prodeedings, 2011. p.1-10.

_____. Turismo e estratégias de desenvolvimento local: uma reflexão sobre as políticas difusionistas e territorialistas. In: PORTUGUEZ, A. P.; SEABRA, G. de F.; QUEIROZ, O. T. (Orgs.). **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local.** João Pessoa: UFPB, 2012. p.122-133. Disponível em: <<http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/Documentos/Divulgacao/livros/livroGEPTEED L.pdf>>. Acesso em: 17 ago. 2017.

TRIBUNA DE BARRAS. **Ponte que liga Luzilândia ao Maranhão está pronta para ser inaugurada.** 30 jun. 2014. Disponível em: <<http://www.tribunadebarras.com/2014/06/ponte-que-liga-luzilandia-ao-maranhao.html>>. Acesso em: 18 set. 2017.

TRIPADVISOR. **Chaval - CE**. 2014. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g5305684-Chaval_State_of_Ceara-Vacations.html>. Acesso em: 09 nov. 2017.

VAZ, G. N. **Marketing turístico receptivo e emissivo**: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

VIEIRA, R. **Gol terá voos diretos de São Paulo a Jericoacoara (CE)**. Disponível em: <http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/aviacao/2017/09/gol-tera-voos-diretos-de-sao-paulo-a-jericoacoara-ce_149476.html?lista>. Acesso em: 18 set. 2017.

VILA PREÁ. **The Washington Post, 1987**: Jeri is one of the 10 nicest beaches in the world. Disponível em: <<https://vilaprea.com/jericoacoara-brazil/jericoacoara-in-washington-post/>>. Acesso em: 18 set. 2017.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Roteiro de entrevista



Universidade Estadual do Ceará
Centro de Ciências e Tecnologia – CCT
Centro de Estudos Sociais Aplicados – CESA
Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos – MPGNT
ROTEIRO DE ENTREVISTA

Orientanda: Riana Rocha – rianarocha@gmail.com – 085 96523020
Orientadora: Prfª Drª Luzia Neide Menezes Teixeira Coriolano

Prezado(a) Senhor(a),

Esta entrevista tem como objetivo conhecer a opinião dos gestores dos órgãos estaduais de turismo da Rota das Emoções quanto às políticas públicas para incentivo e integração do turismo regional, na Região Turística do Meio-Norte, para o incremento do turismo nos seus respectivos destinos que formam o roteiro integrado.

Por gentileza, responda às perguntas que se seguem com o máximo de franqueza, tendo em conta a sua experiência e vivência profissional. Todos os dados recolhidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos. No entanto, caso prefira não se identificar solicito deixar em branco o item “Nome do Entrevistado”. A sua colaboração é de extrema importância para a prossecução e êxito deste trabalho.

Nome do Entrevistado:**Cargo:**

1. Qual a realidade das políticas públicas de turismo do Estado? Como está estruturada?
2. Qual a política pública de turismo do Estado para a Rota das Emoções?
3. Quem são os gestores da Rota das Emoções no Estado?
4. Como é feita a gestão da Rota das Emoções no âmbito do Estado?
5. Como estão articuladas as políticas públicas dos três Estados na Rota das Emoções?
6. Quais avanços a Rota das Emoções conseguiu nos destinos?
7. Quais os benefícios que a Rota das Emoções trouxe para os Estados?
8. Quais os entraves para o sucesso da Rota das Emoções?
9. Em que a Rota das Emoções pode ser melhorada?