



Disponível em

www.univali.br/revistaturismo

Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica, v. 11, nº 01.
p. 92 – 111, jan/abr. 2009

TURISMO E REGIONALIDADE

Antonio Carlos Gil ¹
acgil@uol.com.br

Eduardo de Camargo Oliva ²
eduardo.oliva@uscs.edu.br

Edson Coutinho da Silva ³
coutinho_ed@yahoo.com.br

Data de Submissão: 31/12/2007

Data de Aprovação: 25/01/2009

¹ Doutor em Saúde Pública pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo – FESP, Mestre em Ciência Política e Sociologia pela mesma instituição, Professor do Programa de Mestrado em Administração da Universidade Municipal de São Caetano do Sul. Rua Santo Antonio, 50 – São Caetano do Sul / SP, CEP 09521-160.

² Pós-Doutorado e Doutorado em Administração pela FEA-USP, Mestre em Administração pela PUC-SP, Coordenador e Professor do Programa de Mestrado em Administração da Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

³ Mestre em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Professor do Centro Universitário da FEI e da Universidade Anhembi-Morumbi.

TURISMO E REGIONALIDADE

RESUMO

Este ensaio tem como propósito estimular a reflexão acerca da importância das questões regionais para o Turismo. Parte-se da constatação de que a globalização, à medida que se amplia, vem estimulando a constituição de alianças entre organizações e movimentos regionais, muitas vezes com o objetivo de minimizar alguns dos efeitos danosos desse processo. Os estudos referentes à região durante muito tempo estiveram circunscritos ao campo da Geografia. Mas é cada vez maior a contribuição de pesquisadores de outras áreas, como Economia, Sociologia, Ciência Política, Urbanismo e Psicologia, sobretudo quando se considera a região como uma entidade socialmente construída. As questões regionais são cada vez mais recorrentes no campo do Turismo, já que este é considerado nos tempos atuais como um dos importantes impulsionadores do desenvolvimento regional. Assim, propõe-se a discussão acerca dos conceitos de regiões de turismo, clusters turísticos, regionalismo e regionalidade, que são fundamentais tanto para a investigação, quanto para a elaboração de programas e desenvolvimento de projetos no campo do Turismo Regional.

Palavras-chave: Regiões de turismo, Clusters turísticos, Regionalismo, Regionalidade.

TOURISM AND REGIONAL MATTERS

ABSTRACT

This essay aims to stimulate reflection concerning the importance of regional issues for Tourism. The starting point is the observation that as globalization develops, it stimulates the establishment of alliances between regional organizations and movements, often with the objective of minimizing some of the harmful effects of this process. Studies focusing on the region have often been restricted to the field of Geography. But the contribution of researchers from other areas is increasing, such as Economics, Sociology, Political Science, Urbanism and Psychology, particularly when the region is considered a socially constructed entity. Regional issues are increasingly recurrent in the field of the Tourism, since nowadays, it is considered one of the most important factors for boosting regional development. This essay therefore proposes a debate on the concepts of tourism regions, tourism clusters, regionalism and regionality, which are fundamental both for inquiry and for the creation of programs and development of projects in the field of the regional tourism.

Key words: Regions of tourism. Tourism clusters. Regionalism. Regionality.

TURISMO Y REGIONALIDAD

RESUMEN

Este ensayo tiene el propósito de estimular la reflexión acerca de la importancia de las cuestiones regionales para el Turismo. Se parte de la constatación de que la globalización, a medida que se amplía, viene estimulando la constitución de alianzas entre organizaciones y movimientos regionales, muchas veces con el objetivo de minimizar algunos de los efectos

dañosos de ese proceso. Los estudios referentes a la región durante mucho tiempo estuvieron circunscriptos al campo de la Geografía. Pero es cada vez mayor la contribución de investigadores de otras áreas, como Economía, Sociología, Ciencia Política, Urbanismo y Psicología, sobre todo cuando se considera a la región como una entidad socialmente construida. Las cuestiones regionales son cada vez más recurrentes en el campo del Turismo, ya que este es considerado en los tiempos actuales como uno de los importantes propulsores del desarrollo regional. De esta manera, se propone la discusión acerca de los conceptos de regiones de turismo, clusters turísticos, regionalismo y regionalidad, que son fundamentales tanto para la investigación como para la elaboración de programas y desarrollo de proyectos en el campo del Turismo Regional.

Palabras clave: Regiones de turismo. Clusters turísticos. Regionalismo. Regionalidad.

1. INTRODUÇÃO

O início do terceiro milênio XX foi profundamente marcado pela globalização, que foi apresentada como promessa de um mundo caracterizado por mais progresso, racionalidade, liberdade e igualdade. De fato, não há como negar que a globalização vem propiciando uma sociedade com uma economia mais aberta e com maior liberdade para o intercâmbio de bens, idéias e conhecimentos. Mas é preciso reconhecer seu lado perverso, constituído pela notável ampliação da capacidade de informação dos detentores do poder, pela organização de um sistema financeiro dominado pelos interesses dos países economicamente mais poderosos, pelo desenvolvimento de relações econômicas fundamentadas nas exigências dos conglomerados transnacionais, pela descaracterização das culturas locais e pela retomada da força do liberalismo como ideologia e prática.

A globalização não trouxe principalmente para os mais pobres da terra o que prometeu. Ela não pode, portanto, continuar sem a definição de um novo contexto de valores, posturas éticas e normas para proteger os bens comuns da Humanidade. Tanto é que um número cada vez maior de vozes levanta-se contra os efeitos perversos da globalização. Uma das mais expressivas é a de Joseph Stiglitz, ganhador do Prêmio Nobel de Economia em 2001, que, em seu livro *A globalização e seus malefícios* (STIGLITZ, 2001), onde afirma que a globalização não traz benefícios aos pobres do mundo, não resolve os problemas ambientais e não contribui para a estabilidade da economia mundial. Teses que são reafirmadas em seu mais recente livro [*Making globalization work*](#) (STIGLITZ, 2006), em que compara o sucesso econômico dos países asiáticos, que mantiveram distância das recomendações do FMI, com a instabilidade crescente dos países latino-americanos, que seguiram à risca as políticas do Consenso de Washington. E defende a criação de redes de segurança para amparar os grandes segmentos populacionais que vêm sendo prejudicados pela globalização.

O propósito maior da globalização tem sido o de dominar pela homogeneização da tecnologia, da dependência financeira, do sistema político e da própria cultura. Como conseqüência direta da efetivação desse propósito, verifica-se o enfraquecimento dos estados nacionais, com a conseqüente limitação de seu poder de formulação e execução de políticas sociais e econômicas. Constata-se que na prática o papel do Estado em muitos países vem se resumindo ao de coadjuvante e executor de políticas impostas por instituições financeiras internacionais. Esse novo regime de acumulação, fundamentado no sistema financeiro, por sua vez, vêm permitindo ao capital, mais do que em qualquer outra época, administrar suas crises por meio da concentração de renda, o que contribui, por conseqüência, para a ampliação do abismo entre ricos e pobres.

Para o sociólogo português Boaventura de Souza Santos (2002), no entanto, a globalização liberal não está só. Em todo o mundo manifesta-se outra globalização, que é constituída por redes e alianças entre movimentos, lutas e organizações locais ou nacionais que nos diferentes cantos do globo se mobilizam para lutar contra a exclusão social, a degradação das condições de trabalho, o desemprego, o declínio das políticas públicas, a destruição do meio ambiente e da diversidade e os ódios inter-étnicos produzidos diretamente ou indiretamente pela globalização liberal.

Dum ponto de vista dialético, não há como deixar de considerar inevitáveis as reações à globalização. Segundo a *lei da interpenetração dos contrários* (ENGELS, 2000), a sociedade humana gravita entre dois pólos. Isto fica evidente ao se analisar o período compreendido entre o fim da Segunda Guerra Mundial e a crise do “socialismo real”, na década de 1990, que coincidiu com o advento da globalização. O esfacelamento da União Soviética significou o fim de um dos pólos em que gravitava a política e a economia mundial. Os Estados Unidos, que representavam o outro pólo, mantiveram-se nessa posição. Não apenas como potência hegemônica, mas como líder de um amplo conglomerado de nações unidas por múltiplos interesses, mas, sobretudo por contingências decorrentes da própria globalização. Isso ficou evidente com as duas guerras contra o Iraque. E também com a integração de muitas nações que compunham o Pacto de Varsóvia à Organização do Tratado do Atlântico Norte. Assim, podem ser entendidas como inevitáveis reações à hegemonia norte-americana, agora representada pela globalização (que alguns críticos chamam de americanização) e a constituição de outro pólo em substituição ao que se esfacelou. Há quem veja no fortalecimento do Islã, o desenvolvimento desse novo pólo. Mas há também quem veja a China como candidata a esse posto.

Exercícios dessa natureza ficam no campo da Futurologia (KAHN, H.; WIENER, 1967), disciplina que não conseguiu granjear respeito nos meios científicos. Não há como garantir que força irá ocupar o pólo antagônico, nem mesmo por quanto tempo os Estados Unidos enquanto nação continuará exercendo a hegemonia no mundo globalizado. Mas também não há como deixar de considerar que reações à globalização eclodem por todos os cantos. E uma das reações mais evidentes é constituída pela valorização do regional como contraponto ao global.

Essa valorização do regional vem contribuindo para que nos meios acadêmicos se discuta com ênfase cada vez maior questões de natureza conceitual e teórica relativas à região, ao regionalismo e à regionalidade. Questões que durante muito tempo ficaram restritas ao domínio da Geografia, mas que hoje se apresentam como multidisciplinares ou mesmo relativas a uma nova área do conhecimento. Com efeito, as questões regionais são hoje discutidas no âmbito de cursos e eventos em campos como os da Economia, Sociologia, Saúde e Urbanismo, entre outros. Também se verifica que dentre os programas multidisciplinares de mestrados e doutorado, um bom número deles volta-se para os estudos urbanos e regionais.

As questões regionais também vêm sendo consideradas no campo do Turismo. Não apenas porque com uma frequência cada vez maior vem se falando em regiões, “clusters” e pólos de turismo, mas principalmente porque o Turismo tende a ser visto como um importante fator do desenvolvimento regional. Com efeito, o turismo representa uma das mais importantes forças capazes de atuar em prol da melhoria da infra-estrutura nas áreas afastadas e na dispersão da atividade econômica (PORTER, 1999). O próprio Plano Nacional de Turismo (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2003) indica que muitos destinos turísticos estão localizados em regiões menos favorecidas economicamente e os recursos gerados pelo turismo contribuem para a inclusão dos mais variados agentes sociais no âmbito das regiões.

Mas o turismo regional não é algo que se pode fazer com sucesso sem os adequados processos de diagnóstico e planejamento. Ele envolve um forte componente de vontade

política, requer a integração da sociedade civil com o poder público e sua institucionalização sob a forma de agências regionais. Daí a necessidade de nos processos de planejamento, implantação e implementação de projetos, planos, programas e ações de turismo regional, levar em consideração questões como: concepções de região, usos práticos do significado de região, regionalismo, identificação regional, consciência regional e consciência regional.

Assim, elaborou-se o presente ensaio que tem como objetivo a discussão dos conceitos de região, regionalismo e regionalidade e sua aplicabilidade no âmbito da Ciência do Turismo.

2. OS SIGNIFICADOS DE REGIÃO

2.1 Acepções clássicas de região

Região é o termo utilizado para designar determinada porção da superfície terrestre que por algum critério pode ser reconhecida como diferente de outra. Apesar de seu uso tão freqüente, esse termo é bastante controverso, pois tem sido utilizado com significados muito distintos. Durante muito tempo seu uso ficou restrito aos geógrafos, que sempre se dedicaram ao estudo da organização do espaço. Mas hoje o termo região é muito usado também por historiadores, economistas, demógrafos, sociólogos, antropólogos, cientistas políticos, sanitaristas e urbanistas, que lhe emprestam significado de acordo com o objeto das disciplinas a que se vinculam.

O termo região foi cunhado na Antigüidade. Deriva do latim *regere*, palavra cujo radical *rex, regis* deu origem a outras, como regra, regência e regente. *Regione*, nos tempos do Império Romano era a palavra utilizada para indicar áreas que, embora dispoem de administração local, estavam subordinadas às regras hegemônicas da capital imperial. Os mapas que representavam o Império indicavam regiões que representavam a extensão espacial do poder central, onde os governadores locais dispunham de alguma autonomia, mas deviam obediência e impostos à cidade de Roma (GOMES, 1995).

A concepção original de região foi, portanto, de natureza política. Mas com a emergência da Geografia como disciplina científica, o termo passou a referir-se a um conceito fundamentado muito mais em critérios naturais do que políticos ou administrativos. Mas nem por isso deixou de ser utilizado com objetivos políticos. A Geografia, desde os seus primórdios como disciplina científica contribuiu para a constituição da consciência nacional, ensinando as bases territoriais da identidade entre solo e povo, e caracterizando a unidade da Nação em sua diversidade regional (ESCOLAR, 1996). Os ensinamentos geográficos passaram a contribuir para o “amor à pátria”, pois o sentimento de pertencer a um local ou a uma região significaria também pertencer a um pedaço de um todo harmônico sob a direção do Estado.

As acepções de região, no entanto, diversificaram-se desde a institucionalização da Geografia. Do início do último quartel do século XIX até 1970 aproximadamente, três grandes acepções de região foram estabelecidas pelos geógrafos (CORREA, 1997). A primeira a entende como uma porção da superfície terrestre identificada pela combinação de elementos da natureza, como relevo, vegetação e clima. Combinação que se traduz numa paisagem específica, como a floresta equatorial e a área do cerrado, e que são exemplos de regiões naturais. Essa acepção, por possibilitar a combinação de processos naturais com impactos da ação humana sobre a região natural, foi importante para explicar muitas diferenças no desenvolvimento econômico e social das nações. Vigorou no último

quartel do século XIX e no primeiro do século XX, mas mostrou-se insuficiente para explicar a evolução econômica e social mais recente.

Outra aceção desenvolveu-se na década de 1920 em reação às idéias positivistas que sustentavam a leitura determinista da região natural. Para seus criadores, a compreensão do presente requer conhecimentos de natureza histórica. Assim, não caberia à Geografia estudar a gênese e o desenvolvimento dos fenômenos, mas sim a diferenciação das áreas na superfície terrestre. Nesse contexto, a região passou a ser vista como área de ocorrência de uma mesma paisagem cultural, como o resultado de um processo de transformação da paisagem natural em paisagem cultural.

Uma terceira aceção de região desenvolveu-se na década de 1950, como produto de uma “revolução teórico-quantitativa”. A região passou a ser considerada com base em propósitos específicos, não tendo, como no caso da região natural e da região paisagem, uma única base empírica. Tornou-se possível, então, identificar regiões climáticas, regiões econômicas, regiões, ou seja, tantos tipos de regiões quantos fossem os propósitos do pesquisador. Assim, região natural e a região-paisagem passaram a constituir apenas duas das muitas possibilidades de recortar o espaço terrestre (CORREA, 1997).

2.2. Novas aceções de região

Os estudos regionais nas três últimas décadas do século XX foram fortemente marcados pelo advento da Nova Geografia Regional. O conceito de região passou a ser trabalhado como uma entidade abstrata, utilizada para classificação ou delimitação de áreas. A região passou a ser entendida como parte de um sistema aberto que se expande e se contrai segundo as necessidades de ajustamento às novas condições (BEZZI, s/d.). Esses novos usos do conceito, por sua vez, contribuíram para o desenvolvimento de novas aceções de região. Assim, Gilbert (1988) estabelece a distinção entre três abordagens acerca do conceito de região no contexto dessa nova geografia.

A primeira dessas aceções, conhecida como “materialista”, entende a região como a organização espacial dos processos sociais associados ao modo de produção capitalista. Trata-se de uma aceção de natureza marxista, pois enfatiza a divisão social do trabalho, a lógica da circulação do capital, a reprodução da força de trabalho e os processos políticos e ideológicos.

A segunda aceção entende a região como foco de identificação cultural. O sentido de região está, pois, vinculado ao lugar, que é constituído por indivíduos que habitam ou habitaram seus espaços e neles imprimiram sua cultura. O espaço, assim como os padrões sociais, vincula-se estreitamente aos processos sociais, culturais e naturais, mas não é entendido como capaz de determinar processos sociais. Dessa forma, os seres humanos são considerados atores na produção e reprodução da vida social e dos lugares. Sob este enfoque a região é uma realidade concreta e como tal ultrapassa as considerações daqueles que a observam. Ela é uma apropriação simbólica de uma porção do espaço pelas pessoas que nele habitam e contribuem para a constituição de sua identidade.

A terceira aceção entende a região como um meio de interação social. Constitui uma visão política da região com base na idéia de que dominação e poder são fatores fundamentais na diferenciação de áreas. Assim, a região pode ser estudada de diferentes formas e entendida como determinação local ou território no qual os indivíduos e as instituições se integram no tempo e no espaço. A região é, portanto, definida por seu conteúdo político, já que a dominação e do poder constituem o fator primordial para a diferenciação regional.

Constata-se que a Nova Geografia Regional procura não a homogeneidade, mas a diversidade, as tensões e as desordens do lugar. Ela procura muito mais verificar como uma região é construída pelas pessoas que nelas vivem e pelas percepções dos que estão de fora, do que verificar se a região tem qualidades essenciais que atualmente afetam como ela é construída e como os aspectos humanos a envolvem. Ou seja: a nova Geografia Regional utiliza a região mais como um contexto para a ação humana do que como um determinante (MURPHY, 1991).

Além disso, as concepções tradicionais de região, vinculadas principalmente à continuidade geográfica, entraram numa fase de obsolescência. A evolução dos meios de comunicação, a diminuição dos custos dos transportes e a conseqüente diminuição das distâncias, a ampliação das comunidades virtuais, o declínio da importância do estado-nação, o aumento do poder das corporações internacionais e muitos outros fatores direta ou indiretamente relacionados à globalização requerem novas concepções acerca de região.

Para Milton Santos, um dos parâmetros para melhor compreender a região é o definido pelos modos de produção. Dessa forma, a região passa a ser entendida como uma categoria de análise que permite apreender como uma mesma forma de produção ocorre em diversas partes do mundo, reproduzindo-se de acordo com suas especificidades regionais. Não faz mais sentido falar de regiões isoladas, já que os fluxos, as redes e a dinâmica espacial fazem com que as regiões percam a sua autonomia. A compreensão de uma região passa, então, pelo entendimento do funcionamento da economia em nível mundial e seu rebatimento no território de um país, com a intermediação do Estado, das demais instituições e do conjunto de agentes da economia, a começar pelos seus atores hegemônicos. Assim, “estudar uma região significa penetrar num mar de relações, formas, funções, organizações, estruturas etc., com seus mais distintos níveis de interação e contradição” (SANTOS, 1994, p. 46).

A região deve, pois, ser entendida como uma estrutura flexível, cujos limites não são necessariamente fixados em termos geográficos ou jurisdicionais, mas em função de múltiplos aspectos, tais como: fatores produtivos predominantes, fuga de fatores regionais de produção, demandas locais, articulações sociais, empreendimentos comuns, desafios competitivos e negociações com instâncias supra-regionais.

A concepção clássica é a de que o mundo está dividido em regiões, configuradas por certo número de países que pertencem a uma região macro-geográfica. Dentro desses países ou atravessando-os, encontram-se outras regiões, que podem ser definidas por critérios diversos: econômicos, histórico-étnicos, administrativos ou políticos. Mas é possível agregar novas dimensões ao conceito de região, como o espaço delimitado por acordos ou pactos de integração entre países, dos quais originam novas regiões, como a Comunidade Européia e Mercosul. Ou o espaço regional que constitui a área de influência de uma cidade, ou seja, a área metropolitana. Ou, ainda, o espaço constituído por um conjunto de municípios que por alguma razão decidem se constituir como regiões, como é o caso dos municípios que compõem a Região do Grande ABC Paulista.

Assim entendidas, as regiões não podem mais ser vistas como entidades eminentemente geográficas. Sua construção passa a requerer elementos de ordem econômica, política, social, cultural e até mesmo psicológica, já que as regiões podem ser entendidas até mesmo como representações mentais. A região, segundo esta concepção, não se define apenas por uma homogeneidade de condições naturais. Ela é mais do que isso; é um espaço sentido e vivido pelos seus habitantes (FRÉMONT, 1980), é um fato histórico e cultural. Não é apenas a condição de uniformidade do espaço que a define, mas, acima de tudo, a consciência coletiva desse espaço. A região passa a ser vista como uma totalidade humano-espacial.

2.3. As regiões sob a abordagem do social-construtivismo

Como as regiões - segundo as novas concepções - não se caracterizam apenas pela homogeneidade do espaço, mas pela consciência coletiva de seus habitantes, requer-se fundamentação teórica que transcenda aos limites impostos pela Geografia. Tornam-se necessárias explicações de ordem sociológica, antropológica e mesmo psicológica. E uma interessante abordagem é dada pelo social-construtivismo.

O social-construtivismo constitui uma abordagem para os processos sociais, que teve sua origem no campo educacional, graças, sobretudo ao trabalho de Lev Vygotsky (1896-1934). Emergiu como crítica às abordagens materialistas individualistas usadas para a explicação do processo de aprendizagem. Seu uso difundiu-se para outros campos e vêm sendo muito utilizado como fundamento teórico no campo da Sociologia das Relações Internacionais.

O principal fundamento do construtivismo é o de que os fatos do mundo, inclusive o uso do poder, são socialmente construídos. Ou seja: os fatos são o resultado de um processo social que constrói a consciência de fatos objetivos com base em elementos subjetivos, tais como sentimentos, significados lingüísticos, crenças religiosas, aspirações, normas morais, preconceitos, e valores culturais. Estes “elementos ideacionais”, para os construtivistas é que formam estruturas motivacionais da ação.

A tese central do construtivismo é a de que o significado do poder e o conjunto de interesses constituem principalmente função das idéias e, conseqüentemente, do contexto cultural. Essas idéias são compartilhadas pelos membros de uma cultura. Assim, essas idéias têm significados para os atores sociais, já que o que as pessoas pensam de suas ações depende das idéias que alimentam seu pensamento (HOLLIS; SMITH, 1991).

O construtivismo não considera os interesses, motivos, idéias e identidades como dados exógenos, mas construídos por atores reflexivos, capazes de se adaptar aos desafios impostos pelas ações de outros e pelo contexto em que vivem. Sob esta perspectiva, os atores são motivados muito mais por idéias, acumulação de conhecimentos e aprendizados do que por rotinas tradicionais, fatores estruturais ou instituições estabelecidas. Em síntese, o construtivismo sugere que o mais importante fator na explicação do comportamento dos atores é a distribuição de idéias no sistema. Mas não se pode afirmar que o construtivismo advoga uma abordagem absolutamente subjetivista da ação social, segundo a qual tudo o que importa é como os agentes individuais percebem o mundo. Pelo contrário, admite que as estruturas são determinadas tanto pelas formações discursivas – distribuição de idéias no sistema - quanto pelas forças materiais. É, pois, o relacionamento entre essas condições e as idéias compartilhadas que determinam a existência social (PRIETO, 2003).

O social-construtivismo enfatiza que as regiões são construídas socialmente, pois surgem da redefinição de normas e de identidades pelos governantes, grupos cívicos e empresas. Por construção social das regiões entende-se que as estas são formadas por percepções coletivas de identidades e significados; o que faz com que suas fronteiras sejam por natureza pouco definidas e sempre mutáveis. Esta visão rejeita a concepção estática de região, pois a considera como estrutura cognitiva em mudança. Para os construtivistas, os atores criam os fatos sociais pelo estabelecimento de funções para as várias unidades espaciais. Estas funções nunca são intrínsecas, são estabelecidas em decorrência dos interesses dos usuários e observadores. (VÄYRYNEN, 2003).

Assim, no estudo das regiões, as dimensões-chave centram-se em torno da divisão do mundo por níveis de análise e pela distinção física-funcional. As regiões físicas referem-se aos espaços territoriais, militares e econômicos, controlados primariamente por estados. Mas as regiões funcionais são definidas por fatores não territoriais, como a cultura e o

mercado, que de modo geral são constituídos por agentes não-governamentais. Por exemplo, um grupo étnico pode ter interesse em criar uma região cultural e usá-la para promover uma comunidade política independente. No sistema global, as regiões econômicas são construídas por processos capitalistas transnacionais; as regiões ambientais são construídas pelo intercâmbio entre ações humanas e a biosfera; e as regiões culturais pelas identidades das comunidades (VÄYRYNEN, 2003).

3. TURISMO E REGIÕES

As questões regionais assumem importância cada vez maior para a Ciência do Turismo. Isto porque o turismo constitui hoje importante elemento para o desenvolvimento regional. De fato, o turismo estimula o desenvolvimento de outras atividades econômicas, como o comércio, os transportes, os meios de hospedagem, as agências de viagens e o artesanato. Também estimula o desenvolvimento da infra-estrutura constituída por estradas, aeroportos, saneamento, e tem um forte efeito indutor na geração de renda e emprego local. Os governos de muitos países interessados em promover o desenvolvimento regional e local adotam o turismo um poderoso aliado na busca desse desenvolvimento. Governos nacionais, regionais e locais, juntamente com empresários e outros agentes econômicos e lideranças da sociedade civil vem incorporando o discurso que coloca o desenvolvimento do turismo como grande alternativa de política econômica. (SILVEIRA, 2002). Conseqüentemente, temas como regiões de turismo, clusters turísticos, regionalismo e regionalidade vêm permeando o discurso dos pesquisadores e promotores das atividades de turismo.

3.1 Regiões de turismo

O conceito de região tem sido utilizado tradicionalmente para fins políticos e administrativos. Para indicar áreas que embora subordinadas a um poder central, dispõem de uma estrutura de poder. Para designar áreas de competência das autoridades jurídicas, policiais, fazendárias, sanitárias etc. Embora o conceito tradicionalmente se vinculasse à noção de território, as novas concepções mostram-se bem mais flexíveis. É o que ocorre, por exemplo, com o conceito de região de saúde, que leva em consideração fatores como identidades culturais, econômicas, sociais e redes de comunicação, sem considerar necessariamente as fronteiras administrativas dos municípios (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2002).

O conceito de região tornou-se um dos mais fundamentais no âmbito da Ciência do Turismo, graças à importância assumida pelas chamadas regiões de turismo. Trata-se de um conceito aparentemente simples, já que é possível definir operacionalmente região de turismo como aquela que assim foi declarada por um órgão competente. Ou como uma porção de território que em virtude das ações de aí desenvolvidas é assim reconhecida por empresas de turismo ou pelas pessoas que a procuram na condição de turistas. Todavia, essas definições, apesar de úteis, não esclarecem as características essenciais do conceito, não sendo, portanto, apropriadas para servir de base a pesquisas científicas.

Para transcender a esse nível meramente operacional, convém considerar região de turismo como um conceito socialmente construído, pois para sua identificação não basta considerar apenas um território que por alguma razão possa ser definido como região. O conceito de território é fundamental para a definição das regiões de turismo. Mas também é

importante considerar a questão do poder (RAFFESTIN, 1993) e do espaço governado (ANDRADE, 1995). É necessário considerar, ainda, as questões relativas à construção de uma identidade (TIZON, 1995), bem como as raízes históricas e configurações políticas (ABRAMOVAY, 2000).

Para esclarecer o significado de região turística convém também distingui-lo de outros conceitos como o de território, lugar e espaço turístico.

Para Souza (1995), o território é uma complexa rede de relações sócio-espaciais que se associa ao poder do estado, mas também à cultura dos membros da sociedade, que de alguma forma exercem poder. Daí as territorialidades que se constituem nas grandes metrópoles por grupos sociais diversos, como os territórios étnicos e de atividades específicas. É, pois, um espaço definido a partir de relações de poder. Mais especificamente:

...um campo de forças, uma teia ou rede de relações sociais que, a par de sua complexidade interna, define, ao mesmo tempo, um limite, uma alteridade: a diferença entre "nós" (o grupo, os membros da coletividade ou comunidade, os *insiders*) e os "outros" (os de fora, os estranhos, os *outsiders*). (SOUZA, 1995, p. 86).

Para Knafou (1996), são os turistas que estão na origem do território, pois eles é que definem e escolhem os lugares turísticos. Knafou sugere a possibilidade de três tipos de relação entre turismo e território: a) território sem turismo; b) turismo sem território; e c) territórios turísticos, Estes últimos entendidos como "territórios inventados e produzidos pelos turistas, mais ou menos retomados pelos operadores turísticos e pelos planejadores" (p. 72).

Outro conceito importante é o de lugar turístico. Segundo Rodrigues (1997), o turismo apresenta três elementos: as áreas emissoras de turistas, as áreas receptoras e as linhas de ligação, por onde circulam os turistas e as informações. Nas áreas receptoras é que se identificam os lugares turísticos. Aí é que se localizam os atrativos turísticos, equipamentos e serviços e a infra-estrutura de apoio. É onde efetivamente se produz e se consome o turismo.

Os lugares turísticos, por sua vez, distinguem-se dos espaços turísticos. Os espaços são construídos pela ação dos seres humanos e podem ser encontrado tanto em suas formas naturais, como rios e planícies, quanto artificiais, como ruas e pontes. Já os lugares correspondem a um produto da experiência humana; não se referem a objetos e atributos encontrados nos espaços, mas ao envolvimento dos humanos com o mundo. Constituem, pois, centros de significado construídos pela experiência (TUAN, 1982). Assim, pode-se dizer que os lugares turísticos são carregados de sensações emotivas e transmitem às pessoas a sensação de bem estar.

Mas, se por um lado, o conceito de lugar é importante para o turismo, este também é visto por alguns autores como elemento produtor de não-lugares. Os não-lugares podem ser tanto as instalações necessárias à circulação de pessoas e bens, como vias expressas, trevos rodoviários e aeroportos, quanto os próprios meios de transportes ou os grandes centros comerciais, ou ainda "os campos de trânsito prolongado onde são estacionados os refugiados do planeta" (AUGÉ, 1994, p.36-37).

Para Carlos (2002, p. 26):

A indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório, onde o espaço se transforma em cenário para o "espetáculo" para uma multidão amorfa mediante a criação de uma série de atividades que conduzem a passividade, produzindo apenas a ilusão da evasão, e, desse modo, o real é metamorfoseado, transfigurado, para seduzir e fascinar.

Requer-se, pois, do pesquisador interessado na investigação acerca das regiões de turismo que esteja atento às diferenças entre estes conceitos, já que de alguma forma estarão presentes em seus relatos. Torna-se necessário, portanto, para definir uma região de turismo, considerá-la principalmente como representação dos grupos que nela habitam ou que a procuram com finalidades turísticas. Esses elementos de representação é que proporcionam as bases para o entendimento de sua dinâmica. As idéias compartilhadas pelos atores sociais e seu relacionamento com as condições do território é que permitem definir a existência de uma região turística. Quando, pois, um órgão define uma região de turismo sem levar em consideração as representações sociais da comunidade está apenas definindo a existência de uma potencial região de turismo. Considere-se, por exemplo, que em 2007, o Governo Português, mediante simples ato reduziu de 19 para cinco as regiões turísticas do país, tornando-as coincidentes com as regiões administrativas (PORTUGAL, 2007). Embora considerada pelo Ministro da Economia como um "esforço de racionalização", a medida deixa claro que na definição do conceito de região foram levadas em consideração apenas aspectos de ordem administrativa.

3.2 Clusters turísticos

Associado ao conceito de região turística está o de cluster turístico. O cluster pode se entendido como uma estratégia gerada pela globalização, em que um grupo de empresas atua de forma conjunta com vistas a agregar valor a um produto ou serviço, afetando a competição de um determinado setor mediante os seguintes fatores: aumento da produtividade das empresas envolvidas; direcionamento da inovação e estímulo à formação de novos negócios; e expansão e fortalecimento do próprio cluster (PORTER, 1998). Trata-se de um conceito que originalmente foi concebido para tratar de agrupamento de indústrias, mas que progressivamente foi adotado para designar agrupamentos de estabelecimentos de outros setores. Assim, pode-se falar hoje em clusters comerciais, clusters de serviços e também clusters de turismo.

O modelo de cluster leva a novas formas de ação conjunta entre o setor público, as empresas privadas e organizações da sociedade civil. Os órgãos coletivos que representem o cluster tornam-se fundamentais e os governos passam a assumir novos papéis. Os elementos envolvidos, por sua vez, passam a atuar de forma cooperativa, fortalecendo o cluster como um todo, ao mesmo tempo em que se mantém a competição, que é fundamental para a sustentabilidade e o bom funcionamento de um cluster. Para tanto é necessário que o cluster seja capaz de produzir uma massa crítica para agregar maior valor a sua oferta, mediante a atividade conjunta sobre o portfólio de produtos de todas as empresas (TOLEDO, VALDÉS, POLLERO, 2002). Também é essencial, segundo Porter (1998) que o cluster esteja localizado em uma área geográfica específica com uma fonte especial de competitividade.

Considerando os fatores que definem a existência de um cluster, chega-se a uma definição de cluster turístico:

Cluster turístico é o conjunto de atrativos com destacado diferencial turístico, concentrado num espaço geográfico delimitado dotado de equipamentos e serviços de qualidade, de eficiência coletiva, de *coesão social* e política, de *articulação* da cadeia produtiva e de cultura associativa, e com excelência gerencial em *redes de empresas* que geram vantagens estratégicas comparativas e competitivas (BENI, 2003, p.74).

O conceito de cluster envolve naturalmente a noção de região, já que se concentra num espaço geograficamente delimitado. Mas para estudá-lo efetivamente, buscando inclusive analisar o potencial turístico da região, requer-se a consideração de muitos outros fatores que transcendem a essa delimitação geográfica. Torna-se necessário considerar a questão do poder, as raízes históricas da região, a atuação dos atores regionais, bem como o processo de identificação regional.

3.3 Turismo e Regionalismo

Em virtude da importância econômica, política e administrativa assumida pelas regiões no cenário contemporâneo, estimula-se o debate acerca da questão do regionalismo. Mais do que em qualquer outra época, geógrafos, economistas, sociólogos, urbanistas, administradores e outros estudiosos das questões relacionadas ao desenvolvimento vêm propondo questões que vão desde a simples definição do conceito até a formulação de estratégias para mobilização de populações em prol do regionalismo. Trata-se, portanto, de um conceito a ser considerado pelos estudiosos da questão do turismo regional, sobretudo porque são evidentes suas implicações com a gestão das regiões de turismo.

O regionalismo pode ser definido como o uso político da identidade regional ou como a identificação consciente, cultural, política e sentimental que grandes grupos de pessoas desenvolvem com o espaço regional. Toda região tem uma identidade política que gira ao redor de interesses, obrigações, e de necessidades. O regionalismo está no uso dessa identidade para disputar espaços de poder. Quando se pensa, portanto, em regiões de turismo há que se pensar também em que medida a existência de uma identidade regional pode contribuir - ou dificultar - os esforços em prol da constituição de clusters turísticos. Com efeito, o nível de coesão social dos habitantes de uma região, sua identificação consciente com o espaço regional, o capital social da região e a atuação dos atores regionais – que são indicadores da existência de regionalismo – são variáveis dotadas de notável poder de explicação em relação ao sucesso dos empreendimentos turísticos regionais.

Na definição de regionalismo levam-se em consideração tanto fatores sócio-culturais internos quanto fatores políticos externos à região. Cantori e Spiegel (1970) enfatizam os critérios de proximidade geográfica, a interação, vínculos étnicos, lingüísticos, culturais, sociais e históricos e também um senso de identidade, que é algumas vezes acentuado pelas ações e atitudes de estados exteriores à região. Já Russett (1968) define cinco critérios em que se fundamenta o regionalismo: homogeneidade social e cultural, atitudes políticas ou comportamento externo, instituições políticas, interdependência econômica e proximidade geográfica.

O debate acerca do regionalismo é antigo. Tornou-se bastante intenso no século XIX, em virtude das notáveis alterações políticas verificadas no continente europeu. Ressurgiu após a Segunda Guerra Mundial, sendo uma de suas mais efetivas manifestações a constituição do Mercado Comum Europeu, que deu origem à Comunidade Econômica Européia. E retornou no último quartel do século XX como reação ou consequência do processo de globalização.

Esse debate torna-se bem mais intenso nos tempos atuais Isto porque enquanto em boa parte do período que se sucedeu à Segunda Guerra Mundial os governos intervieram na economia com a finalidade de promover o desenvolvimento regional, a tendência mais moderna tem sido deixar as regiões mais diretamente expostas às mais variadas formas de competição. As regiões vêm se tornando atores de seu próprio desenvolvimento. Assim, verifica-se o desenvolvimento de um novo regionalismo, que é marcado por duas características inter-relacionadas: 1) a região não é contida dentro do arcabouço do estado nação e 2) coloca uma região contra outra de um modo competitivo, mais do que providenciando papéis complementares para elas (KEATING, 1998, p. 73).

O novo regionalismo surgiu porque o estado-nação representa nos dias atuais um espaço econômico muito reduzido para as exigências do sistema capitalista. A necessidade de diminuir os custos de produção, assim como a busca da competitividade, da eficiência e do aumento da produtividade requer espaços econômicos cada vez mais amplos. O que favorece a união de diversos mercados nacionais em zonas geográficas claramente identificáveis e a abolição de fronteiras e limitações entre elas em terrenos como o fluxo de bens e serviços, capitais e mesmo de pessoas.

As conseqüências desse novo regionalismo são fundamentais para o turismo, pois o sucesso dos empreendimentos turísticos passa a depender da capacidade de articulação dos agentes regionais no sentido de constituir efetivamente regiões de turismo. Essa capacidade, por sua vez, depende da articulação de múltiplos atores, vinculados tanto ao setor estatal quanto ao setor privado e ao das organizações não-governamentais.

Cabe, portanto, estabelecer as principais diferenças entre o velho e o novo regionalismo. Essas diferenças, segundo Wallis (2002), são:

Governança vs. Governo. O velho regionalismo fundamentava-se no governo, sobretudo na intenção de inserir um novo nível na hierarquia das relações entre o estado e o local. O novo regionalismo fundamenta-se na governança, ou seja, no estabelecimento de objetivos e na formulação de políticas para alcançá-los. A governança envolve o interesse de empresas privadas, sociedades sem fins lucrativos e do poder público. Não é sempre o setor público que assume a liderança neste processo. Muitas vezes o setor privado ou sociedades sem fins lucrativos é que o fazem. A garantia futura da qualidade de vida e a competitividade de uma região são compartilhadas entre os três setores, que atuam estrategicamente para afetar a mudança. Assim, nas regiões de turismo consideram-se participantes da governança: 1) gestores públicos do turismo municipal; 2) representantes de segmentos relacionados direta ou indiretamente à atividade turística, estadual e municipal; e 3) representantes das organizações não-governamentais.

Processo vs. estrutura. O velho regionalismo gastou uma boa parte do tempo buscando alternativas estruturais como a consolidação cidade-condado, a criação de condados urbanos, a formação de autoridades com propósitos especiais e múltiplos propósitos. Já o novo regionalismo preocupa-se principalmente com processos como o planejamento estratégico para solução de conflitos e construção de consensos. Daí a criação dos consórcios de turismo cujas fronteiras não coincidem necessariamente com a das regiões de governo ou regiões administrativas nem mesmo com as dos estados.

Aberto vs. Fechado. O velho regionalismo concebia-se a partir de fronteiras e jurisdições. Visava demarcar claramente a região em termos de fronteiras para crescimento, entrega de mercadorias e mercado de trabalho. O novo regionalismo aceita as fronteiras como abertas, elásticas ou mesmo indefinidas. O que define a extensão de uma região varia de acordo com o objetivo que se pretende alcançar ou a característica que está sendo considerada. Assim, uma região de turismo pode ter sido consolidada em virtude de um consórcio de municípios. Outros municípios, no entanto, poderão ser incorporados, mesmo que pertençam a outros estados.

Colaboração vs. Coordenação. O velho regionalismo fundamentava-se na coordenação, incluindo o uso da terra, o desenvolvimento da infra-estrutura serviços etc. A coordenação, por sua vez, implica tipicamente a hierarquia, requerendo uma autoridade regional com poderes para determinar a alocação de recursos para unidades governamentais no âmbito de suas fronteiras. Já o novo regionalismo fundamenta-se na colaboração e na concordância voluntária entre iguais. A colaboração abomina a hierarquia e a colaboração só realiza quando as partes se vêem como diferentes, mas como iguais. Trata-se de aspecto dos mais relevantes para a gestão das regiões de turismo, já que esta requer a cooperação de grupos os mais distintos.

Empoderamento vs. Poder. No velho regionalismo o poder era visto como algo retirado das instâncias superiores ou inferiores do governo. De fato, o poder era visto como um jogo de soma zero, pois o poder de governar deveria ser tomado de alguém. As jurisdições locais freqüentemente temiam que seu poder fosse diminuído. O novo regionalismo ganha poder pelo empoderamento. Em muitos lugares, parte deste empoderamento direciona-se para a vizinhança e para a comunidade, com o objetivo de engajá-las nas decisões. O empoderamento também consiste em engajar entidades com e sem fins lucrativos nas decisões sobre governança. Mais do que num jogo de soma zero, o empoderamento é baseado na assunção de que novos interesses trazem energia, autoridade e credibilidade. Em resumo: conferem poder ou capacidade para mover a agenda regional. Interessante é considerar como o desenvolvimento das atividades turísticas numa região muitas vezes contribui para o empoderamento de grupos e associações que até então se situavam à margem do processo de desenvolvimento social e econômico da região.

Confiança vs. accountability. A ênfase do velho regionalismo na coordenação era freqüentemente acompanhada pela demanda por *accountability*. Em virtude do temor com a acumulação de poder, especialmente por parte do setor público, tentava-se o seu controle pela *accountability*, que geralmente resultava em inflexibilidade. Já o novo regionalismo está mais inclinado a tratar da confiança como elemento fundamental nas relações entre os interesses regionais.

No cenário contemporâneo, alguns dos mais importantes atores do novo regionalismo são exatamente os agentes de turismo. Incluem-se entre estes os empresários de turismo, os pesquisadores da área, as sociedades e movimentos organizados da sociedade civil e os agentes governamentais. A presença de todos eles é vital, pois nenhum desses segmentos isolados é capaz de desenvolver as ações necessárias para garantir a institucionalização do processo, a cooperação regional, a integração econômica e sobretudo a formação de identidades e consciências regionais.

Uma expressiva ação que pode ser considerada como manifestação desse novo regionalismo é a proposta do Ministério do Turismo para a Política Nacional do Turismo 2003-2007. Como parte da política de descentralização, os municípios ganham novo papel com a recomendação de organizarem-se em consórcios para formarem “roteiros integrados” ofertando um conjunto de produtos turísticos. Completa-se, assim, o sistema de gestão de turismo brasileiro, estruturado em região ou microrregiões turísticas. Trata-se de uma política que enfatiza uma concepção regionalista que ultrapassa as fronteiras administrativas municipais e até mesmo estaduais (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2003).

O Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004), por sua vez, constitui uma nova proposta de gestão do turismo de forma descentralizada, coordenada e integrada, baseada nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperações intersetorial e interinstitucional, bem como na sinergia de decisões. Esse programa propõe transformar a ação centrada na unidade municipal em uma política pública mobilizadora, capaz de provocar mudanças, sistematizar o planejamento e coordenar os processos de desenvolvimentos local, regional, estadual e nacional, de forma articulada e compartilhada.

O desenvolvimento dessas ações não constitui tarefa simples. Nesse sentido é digna de menção a criação Consórcio Público Interestadual, que cria o Roteiro Integrado e a Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável, cujo propósito é dinamizar e integrar o turismo sustentável nos estados do Piauí, Maranhão e Ceará (MUNIZ, 2007). Trata-se de um projeto que tem a participação dos governos estaduais e prefeituras locais, além do Sebrae. Mas cuja efetivação só se dará com o estabelecimento de parcerias com e empresa privada e a efetiva cooperação de movimentos e organizações sociais.

4. REGIONALIDADE

Os dicionários de Língua Portuguesa ainda não registram o termo regionalidade. Seu uso, no entanto, vem se tornando cada vez mais comum nos estudos regionais desenvolvidos nos mais diversos países. Aparece como *regionalidad*, em espanhol, *regionalità*, em italiano, *regionalité*, em francês, *regionality*, em inglês e *regionalität*, em alemão.

De uma forma bem simples, regionalidade pode ser definida como a qualidade de ser de uma região. Ou seja, como o conjunto das propriedades e circunstâncias que distinguem esse espaço e que permite sua comparação com as de outras regiões. Assim, a regionalidade constitui uma espécie de consciência coletiva que une os habitantes de uma determinada região em torno de sua cultura, sentimentos e problemas, tornando possível um esforço solidário pelo seu desenvolvimento (GIL et al., 2004).

A regionalidade transmite um conjunto de características comuns que possibilitam identificar um grupo de indivíduos como a base para conformar uma região. A regionalidade implica a configuração de uma verdadeira mentalidade da região aludida. Dessa forma, a administração pública e o setor privado, administradores e trabalhadores, dirigentes políticos e toda a sociedade civil tendem a assumir uma “consciência regional”, que não se contradiz com o pertencer à comunidade nacional. Pode-se dizer mesmo que a regionalidade constitui uma nova forma de contrato social no interior do país.

O conceito de regionalidade pode confundir-se com o de regionalismo, visto que ambos dependem dos movimentos regionais. A regionalidade, no entanto, vincula-se com a reorganização do estado local com novas formas de parceria que emergem para guiar e promover o desenvolvimento de recursos locais. Assim, só se pode falar em regionalidade quando se verificar a efetiva cooperação entre as instâncias de governo regional e os vários segmentos da sociedade civil com o propósito de promover o desenvolvimento regional.

Na verdade, a regionalidade constitui um processo que, de acordo com Hettne (1999), evolui, de modo geral, em cinco etapas, de acordo com as características observadas na região: 1) região como *unidade geográfica*, delimitada em maior ou menor grau pelas barreiras físicas e marcada por características ecológicas; 2) região como *sistema social*, com relações de várias naturezas entre grupos em diferentes localidades; 3) região como *organização formal* para cooperação em alguns campos culturais, econômicos, políticos e militares; 4) região como *sociedade civil*, que toma forma quando o arcabouço organizacional promove a comunicação social e a convergência de valores por toda a região; 5) região como *formação histórica* com identidade própria que pode ser expressa na formação de uma micro-região com auto-determinação e autoridade que é obtida do estado que a inclui.

Só é possível falar em regionalidade à medida que se identifique entre os habitantes de determinado território uma identidade e uma consciência regional. Para Wardhaugh (2005), a consciência regional surge como produto das imagens dominantes que emergem ao longo do tempo, de dentro e de fora da região, que definem um lugar e um tempo que as pessoas adotam e passam a utilizar, aceitando-as ou rejeitando-as para assim, expressar identidade regional.

A identidade regional, por sua vez, forma-se pelo compartilhamento das experiências e por sua manipulação através da memória. Estas experiências são reforçadas ou rejeitadas de acordo com a influência de outros fatores relacionados, como classe, gênero, etnia, política, religião e linguagem. Mas Wardhaugh acentua que a complexidade na definição de uma dada região é reforçada pelo fato de que está inter-relacionada com o processo de formação desta identidade. E como a identidade de uma região é algo dinâmico, a definição de uma região também se torna algo instável, fluído e mutável. Para Paasi (2000), uma região tem geralmente uma identidade. Mas ressalta que é necessário estabelecer uma diferença analítica entre a identidade ideal atribuída à região através da mídia e da educação e aquela manifesta pela sociedade civil. Esta última refere-se a uma identidade factual proveniente da expressão das experiências pessoais do indivíduo no território delimitado pela região. Sendo assim, para Paasi (2000), esta expressão pessoal ou coletiva das experiências pessoais do indivíduo no território delimitado pela região, representa a sua consciência regional.

A questão de identidade regional é crucial para a gestão das regiões de turismo. Considere-se, por exemplo, a definição de circuito turístico dada pela Secretaria de Turismo do Estado de Minas Gerais (GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS, s/d):

Circuito turístico é o conjunto de municípios de uma mesma região, com afinidades culturais, sociais e econômicas que se unem para organizar e desenvolver a atividade turística regional de forma sustentável, através da integração contínua dos municípios, consolidando uma identidade regional.

Essa identidade pode ser encontrada na paisagem do território. Quando existente, torna-se um elemento facilitador da gestão do turismo regional. Mas há regiões que se caracterizam pela diversidade de paisagens. Essa diversidade tradicionalmente é reconhecida como uma riqueza, já que contribui para a valorização da região do ponto de vista turístico. Mas pode constituir um entrave à identidade regional. Como ressaltam [Strohaecker](#) e Toldo (2007), ao estudar a identidade regional no Litoral Norte do Rio Grande do Sul:

A diversidade de paisagens do Litoral Norte é uma riqueza e, ao mesmo tempo, um entrave à identidade regional. Os municípios da encosta do planalto não se identificam com o rótulo de região litorânea, por outro lado, os municípios localizados na planície lagunar sentem-se alijados dos fluxos turísticos sazonais, servindo apenas como “corredor de passagem” para milhares de pessoas. Para completar, os municípios litorâneos são lembrados pelos turistas e veranistas, de um modo geral, apenas de dezembro a março. Como construir uma identidade regional com tão grande diversidade?

Quando não há identidade regional é preciso construí-la. Essa regionalidade será, no entanto, uma construção social; algo que surge das representações de agentes públicos, empresários, representantes de grupos cívicos. Esta identificação dos múltiplos atores sociais com os problemas do território que habitam é que possibilitam identificar uma região para múltiplos propósitos, inclusive turísticos.

5. CONCLUSÃO

Como reação à globalização e ao mesmo tempo como consequência dela, verifica-se em todo o planeta um esforço no sentido de valorização do regional. Assim, pesquisadores dos vários campos do conhecimento vêm sendo solicitados a fornecer elementos que contribuam para fornecer respostas científicas aos problemas suscitados pelas questões regionais. A ponto de se entender Desenvolvimento Regional como novo campo do conhecimento.

A questão regional é reconhecida atualmente como um dos mais importantes elementos a serem considerados no desenvolvimento regional. Assim, estudiosos desse campo são solicitados a esclarecer acerca dos procedimentos para identificação de potenciais regiões de turismo, dos processos de agregação de elementos para constituição de clusters turísticos, bem como para promover a sua adequada gestão. Torna-se necessário, portanto, o desenvolvimento de estudos e pesquisas com rigor científico com vistas a conferir racionalidade às ações desenvolvida pelos agentes de turismo.

A realização de qualquer pesquisa científica requer a existência de um referencial conceitual capaz de proporcionar a adequada operacionalização dos conceitos. Assim, os estudiosos do Turismo, empenhados na realização de pesquisas que tem tenham como propósito tratar das questões regionais, precisam levar em consideração o significado de conceitos como o de região, regionalismo e regionalidade. Isto porque são conceitos cujo significado depende do quadro de referência adotado pelo pesquisador. Com efeito, região constitui uma realidade que pode ser entendida com base em elementos concretos, que são dados pela uniformidade da paisagem natural ou pelas características dos grupos humanos que a habitam. Mas também pode ser entendida como representação, como construção social de um grupo. Dessa forma, o que define uma região de turismo, muito mais que o ambiente natural ou as formas de organização social de seus habitantes, é a maneira como os atores dos processos turísticos a concebem. Assim torna-se importante para os pesquisadores e profissionais empenhados tanto no conhecimento quanto na atuação nessa área, como ação prioritária, verificar a existência de uma identidade e de uma consciência regional.

Cabe, pois, a quem estiver empenhado na construção e desenvolvimento de regiões de turismo a realização de pesquisas com o propósito de verificar em que medida os habitantes de um território com potencial para se transformar numa região turística manifestam a existência de identidade e consciência regional. Nem sempre se verifica a existência dessa identidade e consciência entre os habitantes de um território. Nesses casos, o que cabe aos protagonistas do processo é o seu fomento. Trabalho este que geralmente requer a elaboração de projetos de capacitação de pessoas. Mas que requer também esforços em prol da mudança de atitudes, crenças e valores dos atores regionais.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural. *Economia Aplicada*, v. 4, n. 2, p. 379-397, abril/junho, 2000.
- ANDRADE, Manuel C. *A questão do território no Brasil*. São Paulo: Hucitec, 1995.
- AUGÉ, M. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994.

BENI, M. C. *Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira*. São Paulo: Aleph, 2004.

BEZZI, Meri Lourdes. *Região: desafios e embates contemporâneos*. Disponível em: http://www.sei.ba.gov.br/publicacoes/publicacoes_sei/bahia_analise/sep/pdf/sep_67/meri_lourdes_bezzi.pdf. Acesso em: 12/03/2007.

CANTORI, Louis J. SPIEGEL, Steven L. (Eds). *The International Politics of Regions: a comparative approach*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1970.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. *O Turismo e a Produção do Não-lugar*. In CARLOS, Ana Fani Alessandri, YÁZIGI, Eduardo; CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. (Orgs). *Turismo – espaço, paisagem e cultura*. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2002. p. 25-37.

CORRÊA, Roberto Lobato. *Trajetórias Geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

ENGELS, Friederich. *A dialética da natureza*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

ESCOLAR, Marcelo. *Crítica do discurso geográfico*. São Paulo: Hucitec, 1996.

FRÉMONT, A. *A região, espaço vivido*. Coimbra, Almedina, 1980.

GILBERT, Anne. The new regional geography in English and French speaking countries. *Progress in Human Geography*. v. 12, n. 2, 1988.

GOMES, Octavio Costa; FERNANDES, Marlene. *O ambiente global contemporâneo e os novos desafios urbanos*. Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho – Curso de Gestão urbana e de cidades/Versão Compacta. Belo Horizonte – Brasil – 30 de julho a 5 de agosto de 2000.

GOMES, Paulo César da Costa. O conceito de região e sua discussão. In: CASTRO, Iná Elias de, GOMES, Paulo César da Costa, CORREA, Roberto Lobato. *Geografia: conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.

GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS. Secretaria de Estado de Turismo. *O que é um circuito turístico*. Belo Horizonte: Site da Secretaria de Estado de Turismo. s/d. Disponível em: <www.turismo.mg.gov.br/>. Acesso em 3 jan. 2009.

HETTNE, Bjorn. Globalization and the New Regionalism: the second great transformation. In HETTNE, Bjorn; INOTAI, Andras; SUNKEL, Osvaldo (eds.) *Globalism and the new regionalism*. London: Macmillan, 1999.

HOLLIS, Martin; SMITH, Steve. *Explaining and understanding international relations*. Oxford: Clarendon Press, 1991.

KAHN, Hermann; WIENER, Anthony J. *O ano 2000*. São Paulo: Melhoramentos, 1968.

KEATING, M. Political economy of regionalism. In: Keating, M.; Loughlin, J. (eds). *The Political economy of regionalism*. London: Frank Cass. p. 17-41.

KNAFOU, Remy. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: Adyr B. Rodrigues, *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. *Regionalização da assistência à saúde: aprofundando a descentralização com equidade no acesso*. Norma Operacional da Assistência à Saúde – NOAS-SUS 01/02. 2. ed. Brasília: Ministério da Saúde. Secretaria de Assistência à Saúde, 2002.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Plano nacional do Turismo: Diretrizes, Metas e Programas 2003 – 2007*. Brasília: Ministério do Turismo, 2003. Disponível em: <www.lib.utexas.edu/benson/lagovdocs/brazil/federal/turismo/>. Acesso em 20 dez. 2008.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Programa de Regionalização do Turismo: roteiros do Brasil – diretrizes políticas*. Brasília: Ministério do Turismo, 2004. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/regionalizacao/>>. Acesso em: 20 dez. 2008.

MUNIZ, Elza. *Estados consolidam primeiro consórcio de turismo do Brasil*. Governo do Estado do Piauí. Coordenadoria da Comunicação Social. Disponível em: <www.ccom.pi.gov.br/materia>. Acesso em; 29 dez. 2008.

MURPHY, Alexander B. Murphy. [Regions as social constructs: The gap between theory and practice](#). *Progress in Human Geography*. v. 15, n. 1, p. 22-35, 1991.

PAASI, Anssi. *Re-constructing regions and regional identity*. Nethur lecture, 7.11.2000, Nijmegen, The Netherlands. Disponível em:< <http://www.kun.nl/socgeo/n/colloquium/Paasi1.pdf>.> Acesso em: 30 abr. 2007.

Perspectivas da Geografia. São Paulo: Difel, 1985.

Plina. São Paulo: HUCITEC, 1997.

PORTER, Michael E. . Como as forças competitivas moldam a estratégia. In: MONTGOMERY, C. A. PORTER, Michael E. *Estratégia: a busca da vantagem competitiva*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

PORTER, Michael. E. *Competição: estratégias competitivas essenciais*. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

PORTUGAL REDUZ SUAS REGIÕES TURÍSTICAS DE 19 PARA CINCO. *FOLHA ONLINE*. 13 DEZ. 2007. DISPONÍVEL EM: <WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/FOLHA/TURISMO/NOTICIAS/ULT338U354499.SHTM>. ACESSO EM: 20 DEZ. 2008.

PRIETO, Germán Camilo. [Constructing regionalism in South America: the role of ideas in the Andean Community and Mercosur Projects](#). *Colombian Economic Journal*. v. 1, n.1, 2003. p. 267-303.

RAFFESTIN, Claude. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.

realidade brasileira. São Paulo: Aleph. 2003.

RODRIGUES, A. B. (1997): *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*.

São Paulo: HUCITEC, 1997.

RUSSET, Bruce M. Delineating International Regions. In: J.David Singer, J. D.(Ed). *Quantitative international politics: insights and evidence*. New York: The Free Press, 1968.

SANTOS, Boaventura de Souza (Org.) *Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SANTOS, Milton. *Técnica, espaço e tempo: globalização e meio-técnico-científico informacional*. São Paulo: Hucitec, 1994.

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO DE MINAS GERAIS. *O que é um circuito turístico?* Belo Horizonte: Site da Secretaria de Estado do Turismo Minas Gerais, s/d Disponível em: < www.turismo.mg.gov.br>. Acesso em: 20 nov. 2008.

SILVEIRA, Marcos Aurelio T. *Planejamento territorial e dinâmica local: bases para o desenvolvimento sustentável*, in: Rodrigues, A. B.(org.). *Turismo e desenvolvimento local*. São Paulo : Hucitec, 2002.

SOUZA, Marcelo Lopes de. O território: sobre o espaço e o poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, Iná de Italli (orgs). *Geografia conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 77-116.

STIGLITZ, Joseph E. *A globalização e seus malefícios*. São Paulo: Futura, 2002.

_____. *Making globalization work*. London, Penguin, 2006.

STROHAECKER, T. M. ; TOLDO JR., E. E. *O litoral norte do Rio Grande do Sul como um pólo de sustentabilidade ambiental do Brasil Meridional*. Scripta Nova (Barcelona), v. XI, p. 1-12, 2007.

TIZON, P. Le territoire au quotidien. In: DI MEO, G. *Les territoires du quotidien*. Paris: L' Harmattan, 1995. p. 17-34.

TOLEDO, G. L.; VALDÉS; J. A.; POLLERO, A. C. *Planificación eratégica de empresas de turismo y desarrollo sustentable del sector: Propuesta de un modelo*. Estudios y Perspectivas em Turismo, v. 11, n. 3 e 4, jul-out de 2002, p. 197-225. Centro de Investigaciones y Estudios Turisticos. Buenos Aires, Argentina.

TUAN, Y.F. Geografia Humanística. In: Antônio Christofolletti (org.). IN: CHRISTOFOLETTI, A. *As perspectivas da geografia*. São Paulo: Difel, 1982.

VÄYRYNEN, Raimo. Regionalism: Old and new regionalism. *International Studies Review*. n. 5. 2003. p. 25-52.

WALLIS, Allan. *The New Regionalism: inventing governance structures for the early twenty-first century*, 2003. Disponível em: <http://www.munimall.net/eos/2002/wallis_regionalism.ncll>. Acesso em: 28 abr. 2004.

WARDHAUGH, Robert. *Toward defining the prairies: region, culture and history*. Winnipeg: University of Manitoba Press, 2001.