

Políticas públicas de promoção do turismo: uma análise acerca dos parques urbanos de Goiânia (Goiás/GO, Brasil)

Public policies of tourism promotion: an analysis on the urban parks – Goiânia (Goiás/GO, Brazil)

Carolina Ferreira da Costa Streglio (STREGLIO, C. F. da C.)^{*}

Ivanilton José de Oliveira (OLIVEIRA, I. J. de)^{**}

RESUMO - Atualmente, os parques urbanos são espaços bastante valorizados nas grandes cidades, e, devido o caráter distintivo que os mesmos estabelecem na paisagem urbana, nota-se que, frequentemente, essas áreas verdes são designadas como atrativos turísticos. Tendo em vista que Goiânia se insere nessa conjuntura, no presente trabalho se analisou as principais políticas públicas de promoção do turismo, implementadas em nível federal, estadual e municipal, bem como seus reflexos sobre os parques urbanos do município de Goiânia, com o intuito de verificar a efetividade e eficácia dos mencionados planos e projetos, e fornecer subsídio para melhorias no atendimento ao turista que visita os parques de Goiânia. Na operacionalização deste trabalho, a princípio, realizou-se uma revisão teórico-conceitual acerca dos temas de relevância para o trabalho. Em seguida foram realizados trabalhos de campo em dois parques – um em bairro nobre da cidade (Parque Flamboyant) e outro em região periférica (Parque da Lagoa) –, para observação, registro fotográfico e aplicação de questionários. Foram consultados também órgãos públicos de interesse para a pesquisa, com vistas à aquisição de dados e a realização de entrevistas com os técnicos responsáveis pelos parques. Diante dos dados obtidos, constatou-se que muitos dos projetos elaborados pelo poder público não se tornaram efetivos, logo seus reflexos nos parques urbanos de Goiânia ainda se mostram incipientes. Não obstante haja potencial, bem como o reconhecimento da atratividade turística pela maioria dos usuários dos parques analisados, ainda são necessárias diversas medidas que promovam e possibilitem a consolidação da atividade turística.

Palavras-chave: Parques Urbanos; Goiânia; Potencial Turístico.

ABSTRACT – Nowadays, urban parks are highly valued spaces in the big cities, and due to the distinctive character that they set in the urban landscape, it was noticed that these green areas are often designated as tourist attractions. Considering that Goiânia fits in this conjuncture, the present study analyzed the main public policies to promote tourism, implemented at the federal, state and local level, as well as their repercussion on urban parks in Goiânia – GO, Brazil, in order to verify the effectiveness and efficiency of the aforementioned plans and projects, and provide subsidies to improve

* Graduação em Geografia, com Habilitação em Análise Ambiental, e Mestrado em Geografia pelo Instituto de Estudos Socioambientais, da Universidade Federal de Goiás (UFG). Endereço Profissional: Campus Samambaia (Campus II). CEP: 74001-970 - Caixa Postal: 131 - Goiânia – GO (Brasil). Telefone: (62) 3521-1170, Ramal: 24. E-mail: ocorreio@ymail.com.

** Graduação em Geografia (UFG) e Doutorado em Geografia pela Universidade de São Paulo (USP). Professor do Instituto de Estudos Socioambientais, da Universidade Federal de Goiás (UFG). Endereço Profissional: Campus Samambaia (Campus II). CEP: 74001-970 - Caixa Postal: 131 - Goiânia – GO (Brasil). Telefone: (62) 3521-1170, Ramal: 24. E-mail: ivanilton.oliveira@gmail.com.

the tourists services when they are visiting the parks of Goiânia. In the operationalization of this paper, at first, it was accomplished a theoretical and conceptual review about the issues of relevance to this work. Then, it was conducted a field research in two parks of the city – one of them was in a high class neighborhood (Parque Flamboyant) and another in a peripheral region (Parque da Lagoa) – it was made an observation, photographic records and application of questionnaires. It was also consulted government in order to have more information and interviews with technicians responsible for the parks. From the data obtained, it was found that many of the projects elaborated by the government did not become effective so their reflexes in urban parks of Goiânia are still incipient. Although there is potential, as well as recognition of tourist attractiveness by most users of the parks studied, it is still necessary several measures to promote and enable the consolidation of tourism.

Key words: Urban Parks; Goiânia; Touristic potential.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, as políticas de promoção da atividade turística têm ganhado um espaço cada vez maior na gestão pública de diversas localidades, devido à concepção de que o turismo é capaz de catalisar os processos de geração de trabalho, renda e desenvolvimento econômico (VIGNATI, 2008, p. 77).

Destacando-se como uma das atividades mais dinâmicas da economia mundial, o turismo contemporâneo caracteriza-se também como um grande consumidor de natureza, o que decorre de um crescente processo de “busca do verde” e “fuga” dos grandes aglomerados urbanos, por pessoas que tentam recuperar seu equilíbrio psicofísico em contato com ambientes naturais durante seu tempo de lazer (ALMEIDA, 2008; RUSCHMANN, 1997).

Com esse ascendente movimento de valorização dos ditos espaços naturais, percebe-se que as áreas públicas verdes, tais como os parques urbanos, estão se tornando locais privilegiados nas grandes cidades, aos quais são conferidos diversos atributos e funções.

A figura dos parques comumente sugere áreas de vegetação abundante, com lagos e animais silvestres, imagem que inspira beleza, tranquilidade e bem-estar. Esse cenário os torna ambientes propícios ao lazer e possibilita uma série de benefícios, tais como a redução da poluição e o equilíbrio do índice de umidade do ar, a moderação do macro e micro clima urbano, a proteção das nascentes e mananciais e a manutenção da biodiversidade (SORENSEN *et al.*, 1998).

Em virtude do caráter distintivo que os parques estabelecem na paisagem urbana, nota-se que, frequentemente, esses espaços são designados como atrativos turísticos. Segundo Furegato (2005), o turismo nessas áreas verdes pode decorrer de fatores como valorização cultural, marketing, situação geográfica favorável, além do vínculo afetivo que se estabelece entre os moradores e o meio. Entretanto, a autora lembra que, apesar da apropriação pelo turismo, geralmente, esses parques são construídos, em primeira instância, para os habitantes locais.

No mesmo sentido, Yáziği (2002) acrescenta que a paisagem natural e urbana deve ser preservada, primeiramente, devido sua importância ao habitante local, e só

depois ao turista, visto que essa paisagem se constitui como essência cotidiana dos habitantes de uma cidade¹.

As diversas funções ecológicas e sociais atribuídas aos parques urbanos, bem como seu potencial turístico, tornam esses espaços objetos de estudo de grande relevância para a compreensão da dinâmica urbana atual, contexto em que se insere o município de Goiânia, cidade que se destaca dentre aquelas com área urbana mais verde do país (MARTINS JÚNIOR, 2007).

De acordo com a AMMA – Agência Municipal do Meio Ambiente (GOIÂNIA, 2013), atualmente Goiânia possui 30 parques urbanos, distribuídos por diversas regiões do município. Mas é importante ressaltar que a crescente valorização das áreas verdes e, por conseguinte, o interesse do mercado imobiliário por esses espaços tem promovido o favorecimento de determinados parques em detrimento de outros.

Analisando os parques goianienses sob a perspectiva do turismo, cabe indagar: apesar de serem divulgados pelo poder público como cartões postais da cidade, existe nestes parques uma infraestrutura destinada ao suporte da atividade turística? As políticas públicas de promoção do turismo em Goiânia e em seus parques urbanos têm sido efetivas e eficazes? Considerando a premissa de que uma cidade boa o suficiente para os próprios habitantes, realmente é excepcional ao turismo (YÁZIGI, 1996), pode-se dizer que os parques urbanos de Goiânia são potencialmente turísticos?

Diante das referidas considerações e questionamentos, a presente pesquisa tem como objetivo geral analisar as políticas públicas de promoção do turismo, implementadas em nível federal, estadual e municipal, bem como seus reflexos sobre os parques urbanos do município de Goiânia – Goiás/GO.

Para tanto, foram selecionados dois parques, sendo um em bairro nobre da cidade (Parque Flamboyant) e outro em região periférica (Parque da Lagoa). E, nesse sentido, foram definidos como objetivos específicos: realizar um levantamento histórico acerca das políticas públicas de turismo; verificar os planos e projetos de promoção do

¹ Seja destinado ao habitante local, seja destinado ao turista, não se pode desconsiderar os demais sujeitos e interesses envolvidos na implantação dos parques urbanos. Na tese de Buccheri Filho (2010), tal problemática evidencia-se na constatação de que a maioria dos Espaços de Uso Público, Livres de Edificação e com Vegetação (EUPLEVs), no município de Curitiba-PR, enquadra-se no chamado “modelo oportunista” de planejamento, “o qual utiliza possibilidades e/ou oportunidades de instalação de algum tipo de EUPLEV, com base em acomodações e aproveitamento de circunstâncias para se chegar mais facilmente a algum resultado, e não como consequência de um planejamento sistemático” (BUCCHERI FILHO, 2010, p. 74).

turismo efetivamente em andamento em Goiânia e seus reflexos nas duas unidades pesquisadas; e fornecer subsídio para melhorias no atendimento ao turista que visita os parques de Goiânia.

2 METODOLOGIA

Dentre os procedimentos adotados na operacionalização desta pesquisa, a princípio, realizou-se uma revisão teórico-conceitual acerca dos temas de relevância para o trabalho. Em seguida foram realizados trabalhos de campo em dois parques, sendo um em bairro nobre da cidade (Parque Flamboyant) e outro em região periférica (Parque da Lagoa), para observação, registro fotográfico e aplicação de questionários. Foram consultados também órgãos públicos de interesse para a pesquisa, tais como a Agência Municipal do Meio Ambiente e a Secretaria Municipal do Turismo, com vistas à aquisição de dados e a realização de entrevistas com os técnicos responsáveis pelos parques.

No tocante aos questionários é importante esclarecer que foi adotado o método de amostragem não-probabilística, “técnica que não utiliza seleção aleatória”. Assim sendo, a escolha dos indivíduos que compuseram a amostra ocorreu em função da presença de pessoas nos parques, na ocasião dos trabalhos de campo. Vale ressaltar também que os resultados obtidos “não são estatisticamente projetáveis para a população” (MALHOTRA, 2006, p. 325-326).

Os referidos questionários foram compostos por perguntas abertas e fechadas, relativas à motivação da visita, a satisfação do usuário com relação à infraestrutura do parque e sua opinião referente à atratividade turística do local. Tais instrumentos de pesquisa foram aplicados durante uma hora em cada parque, em dias de sábado à tarde, nos meses de julho e outubro de 2011, totalizando 33 questionários aplicados.

Após os referidos procedimentos, realizou-se a análise, a interpretação e o cotejamento dos dados obtidos, prosseguindo, assim para a etapa de conclusão da pesquisa em tela.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A origem do turismo, como atividade econômica propriamente dita, remete à segunda metade do século XIX, porém é no início do século XX que começa a se difundir pelo mundo essa concepção, “despertando assim os países para a necessidade de atuarem no sentido de estimular e promover a referida atividade econômica” (MOURA, 2006, p. 211).

No caso específico do Brasil, segundo Moura (2006, p. 211), a década de 1920 representou “o marco inicial deste processo”, tendo em vista a criação da Sociedade Brasileira de Turismo, em 1923. No âmbito das políticas públicas destacam-se também a elaboração do Decreto-Lei nº 406, de 4 de maio de 1938, que versava sobre a entrada de estrangeiros no território nacional (BRASIL, 1938), bem como o Decreto nº 55, de 18 de novembro de 1966, que além de definir a política nacional de turismo, também criou o Conselho Nacional de Turismo e a então EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo (BRASIL, 1966).

A partir da década de 1990, com a consolidação do turismo como setor estratégico, surgiram alguns programas específicos para o setor, que também passou a ocupar pastas exclusivas nas diversas esferas governamentais (MOURA, 2006). Exemplos disso foram, em 1991, a publicação da Lei nº 8.181, que reestruturou a Empresa Brasileira de Turismo, que passou a denominar-se EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo (BRASIL, 1991); em 2003, a instituição do Ministério do Turismo; e, no mesmo ano o lançamento do primeiro Plano Nacional de Turismo (2003-2006) (BRASIL, 2013).

Em 2007, com o intuito de induzir o desenvolvimento turístico-regional no Brasil, o governo federal instituiu, por meio do segundo Plano Nacional de Turismo (2007-2010), a meta de estruturar 65 destinos turísticos brasileiros com padrão de qualidade internacional, dentre os quais foi selecionada a cidade de Goiânia (BRASIL, 2007).

Nos estudos decorrentes do referido plano, Goiânia é considerada o destino indutor do desenvolvimento turístico da chamada Região dos Negócios², classificação

² Segundo o Ministério do Turismo, “Turismo de Negócios & Eventos compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social” (BRASIL, 2008b, p. 15).

correspondente ao Plano Estadual de Turismo (2008-2011), que divide o estado de Goiás em nove regiões turísticas: Região das Águas, Região Agro-ecológica, Região do Vale do Araguaia, Região dos Engenhos, Região das Nascentes do Oeste, Região dos Negócios, Região do Ouro, Região da Reserva Biosfera Goiaz e Região do Vale da Serra da Mesa (GOIÁS, 2008).

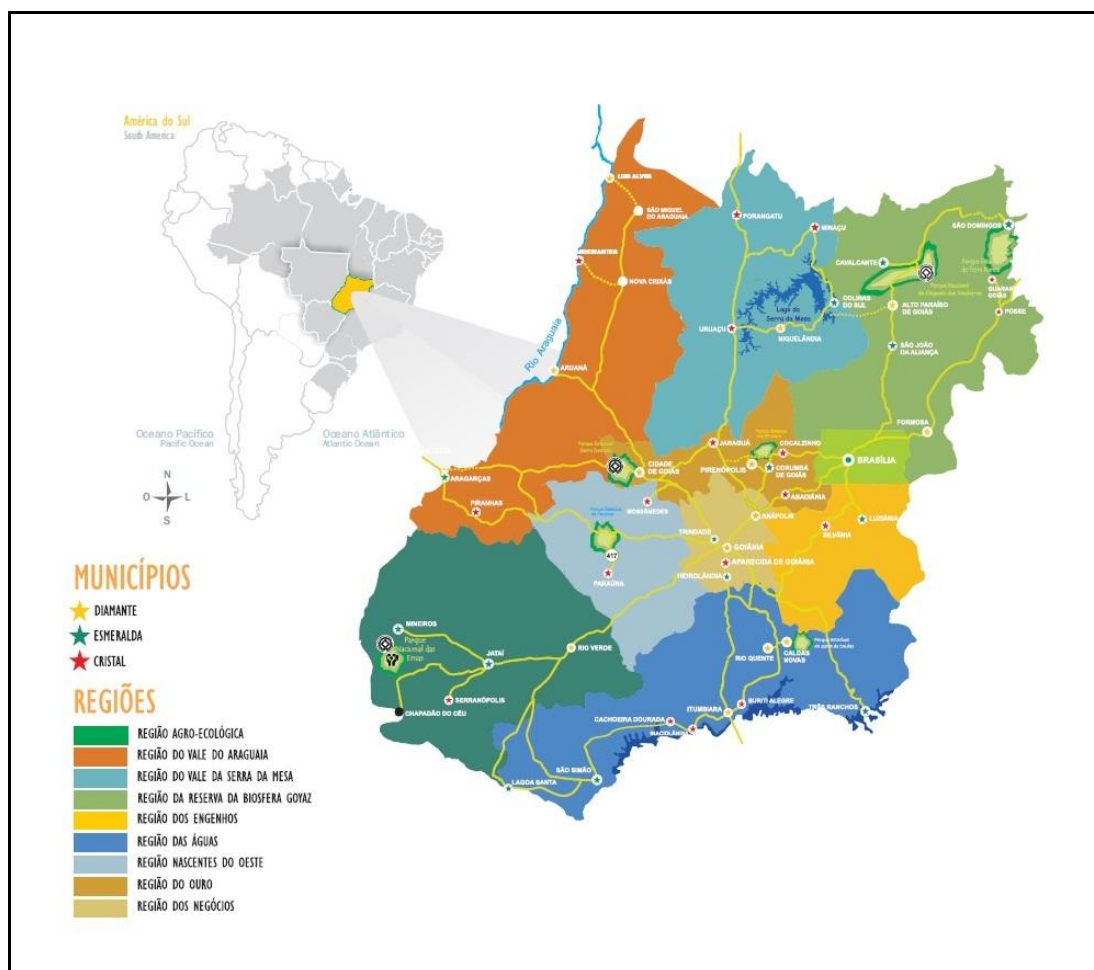


FIGURA 1 – REGIÕES TURÍSTICAS DE GOIÁS, SEGUNDO O PLANO ESTADUAL DE TURISMO.
 Fonte: GOIÁS, 2008.

Considerando os critérios técnicos estabelecidos na Política Nacional de Turismo (BRASIL, 2008a), como, por exemplo, a existência de Conselho Municipal de Turismo na cidade, o número de leitos disponíveis e os Centros de Atendimento ao Turista em operação, a GOIÁS TURISMO – Agência Estadual de Turismo (GOIÁS, 2010), organizou uma escala de pontuação a fim de identificar o nível de

desenvolvimento dos municípios turísticos goianos e direcionar o apoio técnico e financeiro.

Dentre os 246 municípios do estado, 46 se classificaram como localidades prioritárias para o desenvolvimento da atividade turística. Dividindo esse grupo em outras três categorias (Município Diamante, Município Esmeralda e Município Cristal), Goiânia foi a cidade que atingiu a maior pontuação, se classificando como um Município Diamante (GOIÁS, 2010).

Em meio às ações previstas no Plano Estadual de Turismo, atinentes ao município de Goiânia, destacam-se o projeto de construção da chamada Vila Cultural, a ser instalada na mesma quadra do Teatro Goiânia, no Centro da capital, constituindo uma extensão do referido teatro, onde funcionarão salas de dança, música, leitura, exposições e lanchonetes, bem como o projeto de construção da Casa do Turismo, que visa reunir, em um único espaço, associações empresariais, instituições de ensino e organizações governamentais e não governamentais, com o objetivo de integrar e impulsionar as forças econômicas, produtivas e de inteligência do turismo do estado (GOIÁS, 2008).

De acordo com o governo do estado de Goiás (GOIÁS, 2012), o primeiro projeto será entregue no segundo semestre de 2013, em comemoração ao aniversário de 80 anos de Goiânia; enquanto o segundo projeto ainda depende da transferência total da Central de Medicamentos Juarez Barbosa, que fica na Rua 4, ao lado do Centro de Cultura e Convenções, local onde será instalada a futura Casa do Turismo (O HOJE, 2013).

Sendo alvo das políticas públicas de turismo, em nível federal e estadual, em 2009 foi lançado em Goiânia o Plano Municipal de Turismo (2009-2012), buscando:

[...] direcionar e reforçar as políticas públicas previstas pelo Ministério do Turismo, bem como segmentando programas, projetos e ações, de acordo com o Plano Nacional de Turismo, Plano Estadual de Turismo, Lei Geral do Turismo e documentos técnicos gerados no âmbito das ações interinstitucionais do turismo (GOIÂNIA, 2009, p. 19).

Abrangendo seis programas subdivididos em vinte projetos, o referido plano estabeleceu estratégias para o desenvolvimento da atividade turística em Goiânia, dentre as quais, no âmbito desta pesquisa, destaca-se o Projeto de Adequação e Criação de Espaços Turísticos, cujas estratégias incluem a adequação da infraestrutura dos parques urbanos, visando a sua utilização pelos turistas e pela comunidade local.

Além desta, também são mencionadas, nesse plano, outras ações que, mesmo não sendo específicas aos parques urbanos, acabam refletindo na sua promoção turística. Como, por exemplo, o Projeto de Incremento do Turismo Doméstico³, cujo principal objetivo é incentivar a prática do turismo entre os próprios moradores de Goiânia, para que também conheçam e desfrutem dos atrativos que o município oferece; e o Projeto de Sinalização dos Destinos Turísticos, cuja primeira etapa já foi executada, com a instalação de 98 placas de sinalização, constituídas de ícones e cores com padrões internacionais, presentes desde o início das rodovias federais, que dão acesso à cidade, até o centro, com prioridade para o Estádio Serra Dourada, o Autódromo, o Centro de Convenções e os Parques Flamboyant, Areião, Vaca Brava e Lago das Rosas (GOIÂNIA, 2010).

Tendo em vista esse breve panorama, nota-se que, teoricamente, o setor turístico de Goiânia tem sido bastante estimulado. Porém, a efetividade desses projetos e seus reflexos nos parques urbanos, aqui analisados, ainda se mostram incipientes.

Apesar do evidente destaque destinado ao turismo nas diversas esferas do poder público, em janeiro de 2011 houve a fusão entre as Secretarias de Turismo e de Desenvolvimento Econômico de Goiânia, o que acabou sobrecarregando o referido órgão. Pouco mais de um ano depois, em maio de 2012, a referida fusão teve fim, porém, nesse intervalo de tempo, muitos projetos na área do turismo não tiveram continuidade e o *site* da Secretaria de Turismo foi desativado, eliminando um canal oficial de divulgação do turismo em Goiânia (GOUTHIER, 2012).

Dentre os parques da capital, somente o Bosque dos Buritis dispunha de um CAT – Centro de Atendimento ao Turista, porém, o local também foi desativado, após o vencimento do contrato de cessão do referido espaço. Existem, ainda, dois Centros de

³ Vale ressaltar que essa concepção de turismo doméstico apresentada no Plano Municipal de Turismo (2009-2012), cujo principal objetivo é incentivar a prática do turismo entre os próprios moradores de Goiânia, não corresponde ao conceito adotado por diversos autores, que indica o turismo doméstico (nacional) em contraposição ao turismo internacional, sendo os turistas domésticos “pessoas que viajam para uma destinação dentro do país no qual residem por um período maior do que 24 horas (com pernoite), e menor do que 1 ano, com os objetivos de: recreação; férias; esporte; negócios; eventos; estudos; visitas parentes/amigos; religião; saúde; missão diplomática/política” (RUSCHMANN, 1997, p. 152-153).

Atendimento ao Turista na cidade: um no Aeroporto Santa Geneveva e outro no Terminal Rodoviário de Goiânia (Informação verbal)⁴.

Conforme a Pesquisa de Demanda (GOIÂNIA, 2012), realizada pela Secretaria Municipal de Turismo, no Aeroporto Santa Geneveva, com o objetivo de conhecer o perfil do turista que visita Goiânia, 82,6% dos entrevistados não souberam avaliar o CAT e 74,2% não souberam qualificar as empresas de receptivo turístico, o que indica que, provavelmente, estes turistas desconhecem ou não tiveram acesso aos referidos serviços.

TABELA 1 – RESULTADOS DA PESQUISA SOBRE O PERFIL DO TURISTA QUE VISITA GOIÂNIA: QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS.

Respostas	CAT (%)	Empresas de Receptivo (%)
Não sabe	82,6	74,2
Péssimo	1,0	0,5
Ruim	1,5	0,5
Regular	4,2	3,1
Bom	9,4	18,9
Ótimo	1,0	2,6

Fonte: GOIÂNIA, 2012.

Os resultados da pesquisa supracitada indicaram também que 50% dos entrevistados estavam na cidade a trabalho ou negócios, o que confirma o predomínio do chamado turismo de negócios em Goiânia.

TABELA 2 – RESULTADOS DA PESQUISA SOBRE O PERFIL DO TURISTA QUE VISITA GOIÂNIA: MOTIVO DA VIAGEM.

Motivo da Viagem	Respostas (%)
Lazer	24,7
Compras	2,1
Negócios ou trabalho	50,0
Eventos	1,0
Religioso	0,5
Visita a parentes/amigos	16,3
Outros	5,2

Fonte: GOIÂNIA, 2012.

⁴ Informações obtidas em entrevistas realizadas com servidores da SETUR – Secretaria Municipal de Turismo, no ano de 2012.

Segundo Ferreira, Silva e Miranda (2010), uma das peculiaridades do turismo de negócios é que essa modalidade:

[...] frequentemente ocorre em centros urbanos e atua como instrumento de promoção do destino, a partir do momento em que desperta no turista o interesse em conhecer os atrativos locais existentes que, por conseguinte, divulga-os a outras pessoas que podem retornar em outro momento, ampliando assim a demanda para o local (FERREIRA; SILVA; MIRANDA, 2010, p. 18).

Todavia, a pesquisa em referência indicou que a maior porcentagem dos entrevistados não soube avaliar os parques, bem como o patrimônio histórico-cultural de Goiânia. Desse modo, presume-se que não houve oportunidade ou o estímulo necessário para que esses turistas conhecessem o que há de aprazível na cidade, o que, por sua vez, interrompe a cadeia de divulgação e incentivo ao turismo que poderia se desenvolver, conforme acima mencionado.

TABELA 3 – RESULTADOS DA PESQUISA SOBRE PERFIL DO TURISTA QUE VISITA GOIÂNIA: QUALIDADE DOS PARQUES E DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO-CULTURAL.

Respostas	Parques (%)	Patrimônio histórico-cultural (%)
Não sabe	38,9	61,0
Péssimo	0,0	0,0
Ruim	0,0	0,0
Regular	13,6	16,3
Bom	37,8	17,8
Ótimo	9,4	4,7

Fonte: GOIÂNIA, 2012.

Embora os parques goianienses ainda necessitem de ajustes para atenderem bem ao turista, durante a execução de trabalhos de campo no Parque Flamboyant e no Parque da Lagoa, a maioria das pessoas consultadas reconheceu os mencionados parques como atrativos turísticos (Tabela 4).

Referente à pergunta “você considera este parque um atrativo turístico? Por quê?”, obteve-se no Parque Flamboyant:

Administrador do Parque Flamboyant: Sim, pelas características dele, pelo próprio projeto que foi muito bem elaborado, contemplando a preservação das espécies e as áreas de lazer e também pela própria localização, no Jardim Goiás, uma área nobre de Goiânia.

Usuário: Sim, pela natureza e pela tranquilidade (Informação verbal⁵).

Quanto ao Parque da Lagoa:

Usuário 1: Sim, pela lagoa, pelos animais.

Usuário 2: Sim, porque muitas pessoas gostam de vir aqui (Informação verbal⁵).

Referente à presença de turistas nesses parques, haja vista que um atrativo turístico é “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico, que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los” (BENI, 1997, p. 302), não há dados oficiais que exponham seu quantitativo e frequência, mas o administrador do Parque Flamboyant relatou que esses turistas, geralmente, são familiares de moradores de Goiânia, funcionários de outras prefeituras, que buscam modelos para criação de seus próprios parques e grupos conduzidos por agências de turismo, que fazem um *tour* pelo parque.

TABELA 4 – RESULTADO DOS QUESTIONÁRIOS APLICADOS NOS PARQUES URBANOS DE GOIÂNIA-GO.

Parques	Você considera este parque um atrativo turístico?	
	Sim	Não
Parque Flamboyant	17	1
Parque da Lagoa	13	2

Fonte: pesquisa de campo realizada pelos autores, em 2011.

Já no Parque da Lagoa, a visitação parece resumir-se a população local, residente em suas adjacências. Nesse contexto, vale destacar que metade dos usuários que apontaram o referido parque como um atrativo turístico justificaram que “várias pessoas se deslocam de bairros vizinhos para visitá-lo”, demonstrando uma visão peculiar acerca de turismo, que não coincide com alguns conceitos considerados basilares nos estudos acerca da atividade turística⁶. De todo modo, não se verificou

⁵ Informações obtidas pelos autores em entrevista realizada com o Sr. Wilmar Pires da Silva, o administrador do Parque Flamboyant, e com os usuários do Parque Flamboyant e do Parque da Lagoa, durante a aplicação de questionários.

⁶ Segundo a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, “considera-se turismo as atividades realizadas por pessoas físicas durante **viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual**, por um período inferior a 1 (um) ano, com finalidade de lazer,

nenhum apoio ou incentivo ao turismo nesse local, tanto por parte do poder público quanto da iniciativa privada.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os itens abordados acerca da promoção do turismo nos parques urbanos de Goiânia evidenciam muitas carências nesse ramo de atividade econômica. Uma das justificativas para essa debilidade refere-se ao fato de que muitos dos projetos elaborados nesse setor ainda não foram implementados.

Analisando as possibilidades para aumentar a permanência dos turistas de negócios e eventos em Goiânia, Ferreira, Silva e Miranda (2010, p. 27) apontam que, além das falhas atinentes ao poder público, “o setor privado também contribui para a essa limitação por não considerar-se responsável e/ou competente pelo desenvolvimento de ações que estimulem a retenção dos turistas na capital goiana”.

Segundo Almeida (2004) “um elemento fundamental de uma política de turismo, eficaz e socialmente aceita, é o conceito de responsabilidade compartilhada”, o que se dá por meio da cooperação entre municípios, juntamente com a participação da comunidade e a parceria entre o público e o privado. Nessa conjuntura, Ferreira, Silva e Miranda (2010) ressaltam que:

[...] o turista pode obter informações turísticas no hotel, no local de realização do evento do qual participa, nos restaurantes frequentados e até mesmo, serem instigados pelos taxistas a conhecerem a atratividade do município. Contudo, essas pequenas ações ainda não estão sendo executadas com a eficácia necessária, uma vez que sua ocorrência se dá isoladamente por parte de alguns estabelecimentos e por não haver uma política formatada pelas entidades representativas (FERREIRA; SILVA; MIRANDA, 2010, p. 27-28).

Referente aos parques e demais atrativos de Goiânia destaca-se a necessidade de dedicar uma maior atenção ao visitante. Nesse sentido, além da implantação de mais

negócios ou outras” (BRASIL, 2008a, grifo nosso). Já Camargo (2001, p. 268) afirma que “turismo é o nome que se dá ao lazer desenvolvido fora da cidade onde se mora”, todavia, “sob certo ponto de vista, pode-se dizer que o lazer turístico confunde-se com o lazer extradoméstico dentro da própria cidade, o que explica alguns conceitos inusitados como turismo local”. A visitação de população local não é considerada turismo, mas sim uma atividade de lazer, no entanto, a fala dos usuários do Parque da Lagoa confirma tal dificuldade em distinguir turismo e lazer.

Centros de Atendimento ao Turista, Ferreira, Silva e Miranda (2010, p. 30) apresentam outra proposta: a criação de “Centros de Atendimento ao Turista itinerantes, nos principais eventos realizados no município – haja vista sua importância como mecanismo de informação e promoção do destino”.

Também é importante implementar atividades e programações diversificadas que promovam lazer para a população local e estimulem o reconhecimento e a valorização dos atrativos da cidade, despertando, assim, o interesse dos visitantes e agregando valor turístico a esses espaços.

Para incrementar a atividade turística nos parques de Goiânia, pode-se, ainda, ponderar uma diversidade de boas práticas adotadas em outros parques urbanos manifestamente turísticos⁷.

O município de Curitiba, por exemplo, também se destaca no cenário nacional pelo expressivo número de parques urbanos, todavia, a capital paranaense dispõe de mais serviços para o suporte da atividade turística que Goiânia, tais como nove postos de informação turística, o Disque Turismo (prestação via telefone de informações turísticas sobre Curitiba e região metropolitana, que funciona 24 horas) e o *city-tour* (linha de ônibus especial, que circula nos principais pontos turísticos de Curitiba, com roteiro definido e sistema de adesão independente, isto é, sem auxílio de agências de viagens) (CURITIBA, 2012).

Outro exemplo, dentre os parques brasileiros, é o Jardim Botânico do Rio de Janeiro⁸, no qual são oferecidas visitas guiadas em carrinhos elétricos; visitas guiadas a pé, geralmente mais longas; folhetos e mapas interpretativos do parque, que sugerem percursos com temas pré-estabelecidos, possibilitando ao visitante se autoguiar pelas

⁷ Dentre os exemplos de parques urbanos manifestamente turísticos, optou-se por citar os parques de Curitiba (cidade considerada o terceiro destino brasileiro mais visitado no âmbito dos negócios, eventos e convenções, em 2010); e o Jardim Botânico do Rio de Janeiro (área verde que obteve, em setembro de 2009, a cotação máxima – três estrelas – do Guia Verde da Michelin, uma conhecida publicação sobre turismo) (BRASIL, 2011; RIO DE JANEIRO, 2010).

⁸ Estabelecido no início do século XIX, o Jardim Botânico do Rio de Janeiro foi um dos primeiros parques públicos brasileiros criados segundo as características morfológicas e funcionais que se conhecem hoje (MACEDO; SAKATA, 2003), ressalvadas, evidentemente, suas singularidades, haja vista que além das funções relacionadas ao lazer e à conservação ambiental, os jardins botânicos se caracterizam, principalmente, pela função de estudo e pesquisa do patrimônio florístico nacional, por meio da manutenção de acervos de plantas ordenadas e classificadas, devidamente registrados e documentados (BRASIL, 2003).

trilhas; ou, ainda, um passeio virtual, em seu endereço eletrônico⁹, no qual se pode visualizar, clicando no mapa do parque, imagens de seus principais pontos, acompanhadas da correspondente descrição histórica (RIO DE JANEIRO, 2012).

Reiterando a premissa de que uma cidade boa o suficiente para os próprios habitantes, realmente é excepcional ao turismo (YÁZIGI, 1996), destaca-se a recente pesquisa publicada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (BRASIL, 2012), acerca das características urbanísticas do entorno dos domicílios brasileiros, na qual Goiânia foi considerada a cidade com a melhor infraestrutura urbana, dentre os quinze municípios com mais de um milhão de habitantes no país. Tal resultado representa, não somente, maior qualidade de vida a população local, mas também pode contribuir para a promoção da cidade como destino turístico.

Quanto ao potencial turístico dos parques de Goiânia, percebe-se que a presença de vegetação, recursos hídricos e animais silvestres evidenciam a imagem dos parques face ao ambiente urbano. Nesse contexto, considerando que:

[...] o desejo de experienciar, de sentir e conhecer, suscitado pela imagem que o turismo cria e pela propaganda que lhe dá corpo, faz com que o homem procure cada vez mais a fantasia, o simulacro, o exotismo, a nostalgia, o novo, o diferente (ALMEIDA, 2008, p. 80).

E salientando, ainda, que:

Numa época em que as mudanças para uma economia do consumo e do lazer se fortalecem, o turismo ecológico, o turismo verde (ou ecoturismo, ou turismo natural) tornam-se os segmentos mais promissores de uma das atividades mais dinâmicas da economia mundial, graças a uma intensa vaga de *naturofilia*, isto é, ao desejo e sentimento de amor e aproximação da natureza por parte dos cidadãos (ALMEIDA, 2008, p. 81).

Nota-se que os parques urbanos realmente reúnem elementos potencialmente turísticos. Porém, a localização do parque, a qualidade de sua infraestrutura, os detalhes arquitetônicos e paisagísticos e a presença de marcos históricos, dentre outros fatores, conferem maior atratividade a determinados parques da cidade, que, não por acaso, são aqueles situados em bairros nobres.

Não obstante haja potencial, bem como o reconhecimento da atratividade turística pela maioria dos usuários consultados, cabe ressaltar também que, para o

⁹ Endereço eletrônico do Jardim Botânico do Rio de Janeiro: < <http://www.jbrj.gov.br/>>.

incremento do turismo nos parques urbanos de Goiânia, ainda são necessárias diversas medidas que promovam e possibilitem a consolidação dessa atividade, conforme já mencionado.

Por meio desse panorama geral acerca das políticas públicas de promoção do turismo, espera-se ter contribuído para a compreensão de aspectos relevantes acerca da dinâmica urbana contemporânea, fornecendo subsídios para futuras pesquisas acadêmicas e para um melhor planejamento e execução de políticas públicas.

5 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. G. Desenvolvimento turístico ou desenvolvimento local? Algumas reflexões. In: **Anais do ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL – Planejamento para o desenvolvimento local**, Curitiba, 2004.

_____. Ambiguidades e contradições no discurso de naturofilia e nas práticas turísticas. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, n. 18, 2008. Editora UFPR. p. 77-86.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 1997.

BRASIL. Decreto-Lei nº 406, de 4 de Maio de 1938. Dispõe sobre a entrada de estrangeiros no território nacional. 1938.

_____. 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. 1966.

_____. Lei nº 8.181, de 28 de Março de 1991. Dá nova denominação à Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), e dá outras providências. 1991.

_____. Resolução CONAMA nº 339, de 25 de setembro de 2003. Dispõe sobre a criação, normatização e o funcionamento dos jardins botânicos, e dá outras providências. 2003. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/port/conama/legislacao/CONAMA_RES_CONS_2003_339.pdf>. Acesso em: 01/06/2012.

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

_____. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o

Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. 2008a.

_____. Turismo de Negócios & Eventos: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2008b.

_____. Estudo da demanda turística internacional (2004-2010). Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

_____. Censo Demográfico 2010: características urbanísticas do entorno dos domicílios. IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 25.05.2012. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=2140&id_pagina=1>. Acesso em: 03/07/2012.

_____. Ministério do Turismo, 2013. Disponível em:

<<http://www.turismo.gov.br/turismo/home.html>>. Acesso em: 09/07/2013.

BUCCHERI FILHO, A. T. O Planejamento dos Espaços de Uso Público, Livres de Edificação e com Vegetação (EUPLEVs) no Município de Curitiba, PR: planejamento sistemático ou planejamento baseado em um modelo oportunista? Tese (Doutorado em Geografia). Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2010.

CAMARGO, L. O. de L. Sociologia do Lazer. In: ANSARAH, M. G. dos R. (org.). **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

CURITIBA. Nova pesquisa traça perfil dos passageiros da Linha Turismo. Agência de Notícias da Prefeitura de Curitiba, 2012. Disponível em:

<<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/nova-pesquisa-traca-perfil-dos-passageiros-da-linha-turismo/27387>>. Acesso em: 19/07/2012.

FERREIRA, A. R.; SILVA, C. A.; MIRANDA, R. S. Goiânia mais um dia: possibilidades para aumentar a permanência dos turistas de negócios e eventos. In: BRASIL. Segmentação do Turismo: experiências, tendências e inovações – Artigos Acadêmicos. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

FUREGATO, M. C. H. Parque Urbano Orquidário Municipal de Santos/SP: equipamento de lazer e turismo. **Revista Eletrônica Patrimônio e Lazer**, São Paulo, 2005. Disponível em:

<http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/artigos.php?cod=36&bibliografia=1&#bibliografia_ancora>. Acesso em: 11/05/2009.

GOIÂNIA. Plano Municipal de Turismo de Goiânia (2009-2012). Goiânia: Secretaria Municipal de Turismo, 2009.

_____. Prefeitura entrega sinalização turística. Goiânia Notícias, 2010. Disponível em: <<http://www.prefeituragoiania.stiloweb.com.br/site/goianianoticias.php?tla=2&cod=1282>>. Acesso em: 02/05/2010.

_____. Pesquisa de demanda realizada no aeroporto de Goiânia. Goiânia: Secretaria Municipal de Turismo, 2012.

_____. Apresentação. AMMA – Agência Municipal do Meio Ambiente, 2013. Disponível em: <<http://www.goiania.go.gov.br/html/amma/>>. Acesso em: 09/07/2013.

GOIÁS. Plano Estadual de Turismo (2008-2011). Goiânia: GOIÁS TURISMO – Agência Estadual de Turismo, 2008.

_____. Classificação dos Municípios Prioritários para o Desenvolvimento do Turismo em Goiás. Goiânia: GOIÁS TURISMO – Agência Estadual de Turismo, 2010.

_____. Vila Cultural deve ser entregue pela Goiás Turismo em agosto. Goiânia: GOIÁS TURISMO – Agência Estadual de Turismo, 2012. Disponível em: <<http://www.goiasturismo.go.gov.br/es/noticias/288-vila-cultural-deve-ser-concluida-em-agosto.html>>. Acesso em: 20/07/2012.

GOUTHIER, D. Aprovado desmembramento da Seturde. In: Jornal Opção. 26/04/2012. Disponível em: <<http://www.jornalopcao.com.br/posts/ultimas-noticias/aprovado-desmembramento-da-seturde>>. Acesso em: 09/07/2013.

MACEDO, S. S.; SAKATA, F. G. **Parques Urbanos no Brasil**. 2 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo - Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2003.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MARTINS JÚNIOR, O. P. **Arborização Urbana & Qualidade de Vida**: classificação dos espaços livres e áreas verdes. Goiânia: Kelps/UCG, 2007.

MOURA, J. G. Potencialidades competitivas inexploradas no arranjo produtivo turístico de São Luís. In: LASTRES, H. M. M; CASSIOLATO, J. E. (org.). **Estratégias para o desenvolvimento**: um enfoque sobre arranjos produtivos locais do Norte, Nordeste e Centro-Oeste brasileiros. Rio de Janeiro: E-papers, 2006. p. 211-228.

O HOJE. Governo estuda gestão para Vila Cultural. Goiânia, 04.04.2013. Disponível em: <<http://www.ohoje.com.br/noticia/11603/governo-estuda-gestao-para-vila-cultural>>. Acesso em: 05/04/2013.

RIO DE JANEIRO. Relatório de Gestão do Instituto de Pesquisas Jardim Botânico do Rio de Janeiro: 2003-2010. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisas Jardim Botânico do Rio de Janeiro, 2010.

_____. Visitação. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisas Jardim Botânico do Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <<http://www.jbrj.gov.br/>>. Acesso em: 11.05.2012.

RUSCHMANN, D. M. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

SORENSEN, M.; BARZETTI, V.; KEIPI, K; WILLIAMS, J. Manejo de las áreas verdes urbanas: documento de buenas prácticas. Washington, D.C.: [s.n.], 1998.

VIGNATI, F. **Gestão de Destinos Turísticos**: como atrair pessoas para pólos, cidades e países. Rio de Janeiro: Ed. SENAC, 2008.

YÁZIGI, E. **A alma do lugar**. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. Vandalismo, Paisagem e Turismo no Brasil. In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2002. p. 133-155.

Recebido em: 17-04-2013.

Aceito para publicação em: 17-05-2013.