

# A importância do zoneamento turístico

MÁRIO PETROCCHI DE OLIVEIRA

O Brasil é quase invisível no mercado internacional do turismo. Atrai somente 0,3% de um total de 600 milhões de visitantes/ano. O déficit da conta turismo está projetado em 4 bilhões de dólares para este ano e prejudica a gestão do plano econômico. Em 1996, o déficit foi cerca de 3 bilhões de dólares. Por isso, estão surgindo medidas federais em prol dessa atividade. Tenta-se fazer concorrer o mercado interno com as atrações internacionais. Para conter a evasão de divisas.

É, assim, uma nova oportunidade que surge para o Espírito Santo. Expressivas lideranças estão se mobilizando. Os novos prefeitos estão priorizando o turismo. O empresariado constituiu o Gestur – destinado a discutir os problemas e influir nos destinos do setor. O Sebrae marca presença com o Prodetur. O plano estratégico elaborado no Governo anterior, pela consultoria catalã, passa a ser considerado pela recém-criada Aderes. Uma capixaba está na direção da Embratur. O momento é positivo.

Nosso Estado (estatísticas de 1986) ocupava o décimo lugar entre os Estados brasileiros. 3% era nossa participação no mercado turístico brasileiro. Não há estatísticas atualizadas (sintoma do descaso com o turismo).

Crescer o número de visitantes e aumentar o gasto **per capita** do turista seriam objetivos estratégicos do Espírito Santo.

Para tanto temos que melhorar e expandir a oferta. Isso passa por um adequado planejamento dos espaços com potencial turístico. Principalmente nos municípios do Litoral Sul. Os desgastes do meio ambiente – urbano e natural – precisam ser estancados.

O plano de turismo para o Espírito Santo sugere modelo simples e eficaz para utilização em nossas praias. Modelo testado e aprovado no litoral do Mediterrâneo. A expansão é proposta para as áreas adjacentes aos núcleos existentes, ainda passíveis de planejamento, de forma a transformar o recurso natural – a praia – em recurso econômico – oferta turística.

Os loteamentos, da forma que são praticados, eliminam – em geral – enorme potencial de renda e criação de empregos. Retalham as áreas litorâneas em lotes de 300m<sup>2</sup> ou até em áreas menores. Muitos compram como investimento de longo prazo. Assim é – por exemplo – a Praia de Guanabara, vizinha dos Castelhanos, em Anchieta. Foi condenada e esquarterada em 1962 por um ex-prefeito de Belo Horizonte. A maioria dos lotes está

abandonada. Há 35 anos. Na Espanha, tal loteamento seria revertido após 4 anos, caso não implementado. A praia é vista – por um país que compreende o turismo – como um bem econômico. A Praia de Guanabara deveria ter um planejamento urbano, que beneficiasse economicamente a população de Anchieta e do Espírito Santo.

E esse tipo de planejamento foi proposto e sua aplicação sugerida e exercitada em pontos do litoral capixaba. Trata-se de selecionar áreas para construção de hotéis, áreas para construção de equipamentos turísticos, parques para esportes e lazer, áreas verdes e, vizinhas a elas, áreas para camping. Além disso, seriam também contempladas áreas para construções uni e multifamiliares. As diversas áreas teriam arranjo urbanístico adequado, subordinadas a parâmetros técnicos que tenderiam a atrair turistas de rendas mais elevadas.

A seleção de áreas favoreceria a atração de investidores para o turismo. Assim como o surgimento das ofertas turísticas complementares. Um investimento em hotelaria

não tem como competir com a especulação imobiliária em igualdade de condições. A livre ação das forças de mercado tem mostrado sua capacidade destrutiva. Aí estão os ex-pa-

raíais capixabas. Lugares lindos e destruídos urbanisticamente. Com qualidade de vida em níveis desastrosos. Uma trajetória descendente, que precisa ser interrompida.

O plano de turismo possui então uma proposta de zoneamento territorial. Nela, as áreas litorâneas seriam previamente ordenadas, garantindo a expansão inteligente do turismo no Espírito Santo. A elaboração dos PDU's deve contemplar estratégias de desenvolvimento do turismo. E – obviamente – não somente no Litoral Sul. Em todas as regiões turísticas do Estado.

Nós, capixabas, nos orgulhamos de possuir belas praias e uma linda região serrana. Esquecemos que nossos vizinhos igualmente possuem tais recursos naturais. E da mesma forma que nós, os estão destruindo, poluindo e liquidando seu potencial turístico.

Qual então, poderia ser o fator diferencial?

A concreta vantagem competitiva para o Espírito Santo seria adotar uma correta administração para o turismo. Reunir forças e buscar a convergência sistêmica do plano integrado de turismo. E – afinal – iniciar o salto de qualidade que faz a diferença.

■ **MÁRIO PETROCCHI DE OLIVEIRA** é engenheiro, pós-graduado em administração e professor da UUV

PARA TANTO  
TEMOS QUE  
EXPANDIR  
A OFERTA