

A EXPERIÊNCIA DO LUGAR

O turismo em Ametista do Sul/RS e Iraí/RS

THE EXPERIENCE OF THE PLACE
The tourism in Ametista do Sul/RS and Iraí/RS

Sabrina Candaten¹,
Rachel Coutinho Marques da Silva² e
Marcelo Motta de Freitas³

Resumo

Este artigo aborda como temática, a experiência do lugar associada ao planejamento urbano e turístico, buscando uma maior conservação das características dos lugares frente aos processos de globalização. O objetivo é evidenciar a importância da valorização das características identitárias, relacionais, históricas e culturais do lugar na experiência dos indivíduos. Os estudos de caso adotados são Ametista do Sul (RS) e Iraí (RS), pequenas cidades caracterizadas por valores identitários, pedras preciosas e fontes de água mineral termal, porém, suscetíveis a se tornarem não-lugares, devido à falta de planejamento urbano e turístico. A metodologia é baseada nos conceitos de turismo, lugar e experiência, aliados a análises qualitativas, por meio de pesquisa de campo e entrevistas semiestruturadas. Os resultados obtidos evidenciam a importância do valor do lugar na experiência turística e a relevância de um planejamento urbano e turístico associado a conservação ambiental dos lugares.

Palavras-chave: experiência do lugar, Ametista do Sul (RS), Iraí (RS), planejamento urbano e turístico.

Abstract

This article addresses how theme the experience of the place associated with the urban and touristic planning, in order to achieve a greater conservation of the characteristics of the places in the face of globalization processes. The objective is to highlight the appreciation importance of the identity, relational, historical and cultural characteristics of the place in the experience of individuals. The case studies, Ametista do Sul (RS) and Iraí (RS) are adopted, small cities characterized by identitarians values, precious stones and mineral thermal water sources, however, susceptibles to becoming non-places, due to lack of urban and touristic planning. The methodology is based in the concepts of tourism, place and experience, combined with qualitative analysis, by means of field research and semi-structured interviews. The obtained results highlight the importance of the place value in the tourist experience and the relevance of urban and touristic planning associate with environmental conservation of places.

Keywords: experience of the place, Ametista do Sul (RS), Iraí (RS), urban and touristic planning.

1 Doutoranda em Geografia pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia (PUC-Rio), Mestra em Arquitetura pelo Programa de Pós-Graduação em Arquitetura (PUC-Rio/2022), e Arquiteta e Urbanista (URI-FW/2019).

2 Ph.D., Departamento de Planejamento Urbano e Regional (Universidade Cornell/1988), Mestre em Planejamento Regional, Departamento de Planejamento Urbano e Regional (Universidade Cornell/1984), e Arquiteta, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (UFRJ/1977).

3 Pós-Doc. em Geologia pelo Programa de Pós-Graduação em Análise de Bacias e Faixas Móveis (UERJ/2019), Ph.D. em Geografia pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia (UFRJ/2003), Mestre em Geografia pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia (UFRJ/1998) e Geógrafo (PUC-Rio/1993).

Introdução

O conceito de lugar possui uma gama de significados e definições. No âmbito profissional, se atribui a um cargo ou função, na geografia, se refere ao espaço cuja relação é permeada pelo afeto, pela existência, associando-se na arquitetura, ao habitar humano. Desta forma, trata-se de um conceito amplo, mas quando observado com uma visão fenomenológica, é possível perceber que esta noção traz consigo um enorme valor, caracterizado por identidade, história, cultura, memória e relações afetivas (TUAN, 2018).

A identidade de um lugar é formada por meio de três componentes: ambiente físico, atividades e significados (RELPH, 1976). No entanto, observa-se que em muitos territórios, o fenômeno da globalização sobre as cidades, principalmente no que se referem os processos da rápida urbanização, consumo e turismo de massa, contribuíram para uma padronização da imagem, dos objetos e dos desejos, impactando o ambiente físico, as atividades econômicas e os significados dos lugares. Alguns autores atribuem a descaracterização dos aspectos que designam os valores dos lugares aos processos de globalização econômica, afetando inclusive os bens naturais, transformando lugares em não-lugares (AUGÉ, 1994). Nas palavras do autor: “se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico, definirá um não-lugar” (AUGÉ, 1994, p. 73).

Segundo Tuan (2018, p. 8), “as cidades são lugares e centro de significado por excelência”, isso porque “(...) apenas pessoas podem gerar significado, e pessoas (...) são encontradas, sobretudo, em cidades” (TUAN, 2018, p. 8). No entanto, alguns autores apontam que o crescimento urbano desordenado e sem planejamento, associado à pasteurização dos ambientes construídos pelo mercado imobiliário global, vêm descaracterizando várias cidades, que ao perderem seu patrimônio histórico, construído e natural, transformam-se em não-lugares. A destruição do patrimônio ambiental das cidades afetam a identidade local, e fazem com que seus habitantes percam o elo afetivo de ligação com o lugar. O conceito de *Topofilia* de Tuan (1980) trata justamente dos processos de transformação dos elos afetivos dos indivíduos com os lugares e das necessidades das pessoas de buscarem recuperar esse elo perdido.

No contexto da noção de *Topofilia* insere-se então o turismo que busca, muitas vezes, um contato maior entre o indivíduo e o lugar. Porém, a atividade turística também foi impactada pelo processo de pasteurização dos lugares. Com isso, muitos destinos começaram a padronizar suas atividades e serviços, desconsiderando as características identitárias de cada lugar, como a cultura, a história, as relações e as paisagens naturais com suas propriedades biológicas e geológicas. Assim, além do turismo *pastiche*⁴ (reproduzido), muitos lugares são afetados pelo turismo em massa, fatores que os descaracterizam e ocasionam um turismo predatório.

Como destacado anteriormente, as cidades e seus destinos turísticos são constituídos por características identitárias, presentes nas suas histórias, culturas, paisagens e relações. Aspectos que precisam ser conservados e levados em consideração no momento da organização espacial desses lugares, evitando que percam seu valor e identidade, se transformando em não-lugares. Com isso, o planejamento urbano e turístico, são ferramentas essenciais para o desenvolvimento desses locais, sendo de suma importância que levem em consideração as características de cada lugar, conservando os seus valores e suas essências.

4 Segundo o dicionário português, *pastiche* significa reprodução, cópia ou imitação de uma obra.

Desta forma, este artigo aborda a experiência do lugar associada ao planejamento urbano e turístico, tendo por objetivo evidenciar a importância da valorização das características identitárias, relacionais, históricas e culturais do lugar na experiência dos indivíduos. A temática escolhida se justifica a partir da busca por uma maior valorização das características identitárias dos lugares frente aos processos de globalização, principalmente nas cidades que possuem o turismo como uma de suas funções, pois são esses fatores que proporcionam aos indivíduos a experiência do lugar, aliados também, com o planejamento urbano e turístico.

Como estudos de caso, foram adotados os municípios de Ametista do Sul e Iraí, localizados no noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. A justificativa sobre a escolha desses municípios, se deve a ambos serem pequenos e com um número de habitantes próximos a 8.000, fatores que possibilitam a conservação dos valores desses lugares, baseados em características biológicas e geológicas. As quais são responsáveis pelo potencial turístico diferenciado e de destaque mundial de ambos os locais, onde o município de Ametista do Sul possui como característica principal as pedras preciosas, enquanto Iraí contém fontes de água mineral termal. No entanto, nenhum dos municípios possuem planos e estratégias urbanas e turísticas adequadas que visem a conservação desses lugares, podendo acarretar em não-lugares com turismos reproduzidos e predatórios, além de interferirem na experiência dos indivíduos.

Para o desenvolvimento deste artigo, visando alcançar os resultados esperados, foram utilizadas técnicas de pesquisa qualitativas que incluíram a pesquisa de campo com coleta de dados e informações locais. Também foram realizados registros fotográficos em cada município e entrevistas semiestruturadas com cinco grupos: secretários do turismo, gestores dos pontos turísticos do Ametista Parque Museu, em Ametista do Sul (RS) e do Balneário Osvaldo Cruz, em Iraí (RS), empresários, moradores locais e turistas.

As entrevistas semiestruturadas foram desenvolvidas de modo a contemplar temas em comum e também específicos para cada grupo. As questões foram voltadas a infraestrutura urbana e turística dos municípios e aos pontos turísticos escolhidos, apontando pontos positivos e negativos, também relacionadas, a vivência e as experiências das pessoas nesses lugares. Assim, foi possível observar as respostas que se assemelham e se diferem em cada grupo, facilitando o entendimento dos resultados.

A relação entre lugar, turismo e experiência

O conceito de lugar por muito tempo foi relacionado apenas com o sentido de localização física, porém, envolve também os aspectos característicos de determinado lugar e as relações afetivas com os indivíduos, estando vinculado com as experiências das pessoas. O campo da fenomenologia explica que é a partir dos sentidos do corpo (olfato, paladar, visão, audição e tato) que se originam as experiências. Estas, por sua vez, se relacionam como uma comunicação do interior do corpo com o mundo, onde o corpo é o ponto de vista sobre o mundo (MERLEAU-PONTY, 1999). Assim, a experiência do indivíduo em relação ao espaço é diversa, e vai depender tanto das características locais, quanto da percepção individual das pessoas em relação ao lugar (TUAN, 1979).

Então, o que se quer dizer com a palavra “lugar”? É claro que nos referimos a algo mais do que uma localização abstrata. Pensamos numa totalidade constituída de coisas concretas que possuem substância material, forma, textura e cor. Juntas, essas coisas

determinam uma “qualidade ambiental” que é a essência do lugar. (...). Portanto, um lugar é um fenômeno qualitativo “total”, que não se pode reduzir a nenhuma de suas propriedades, como as relações espaciais, sem que se perca de vista sua natureza concreta (NORBERG-SCHULZ, 1976, p. 444-445).

A essência ou espírito do lugar está relacionada com a sua paisagem, representando a forma física e visual, e também com a sua identidade, a qual é composta por significados, atividades e ambiente físico (RELPH, 1996). Segundo Santos (2006, p. 66), “a paisagem é o conjunto de formas que, num dado momento, exprimem as heranças que representam as sucessivas relações localizadas entre homem e natureza”. Assim, a paisagem pode ser considerada uma marca e uma matriz, se relacionando com um “sujeito coletivo: a sociedade que a produziu, que a reproduz e a transforma em função de uma certa lógica” (BERQUE, 1998, p. 84). Do mesmo modo que o lugar é constituído da experiência dos indivíduos, no espaço de vivência (TUAN, 2018).

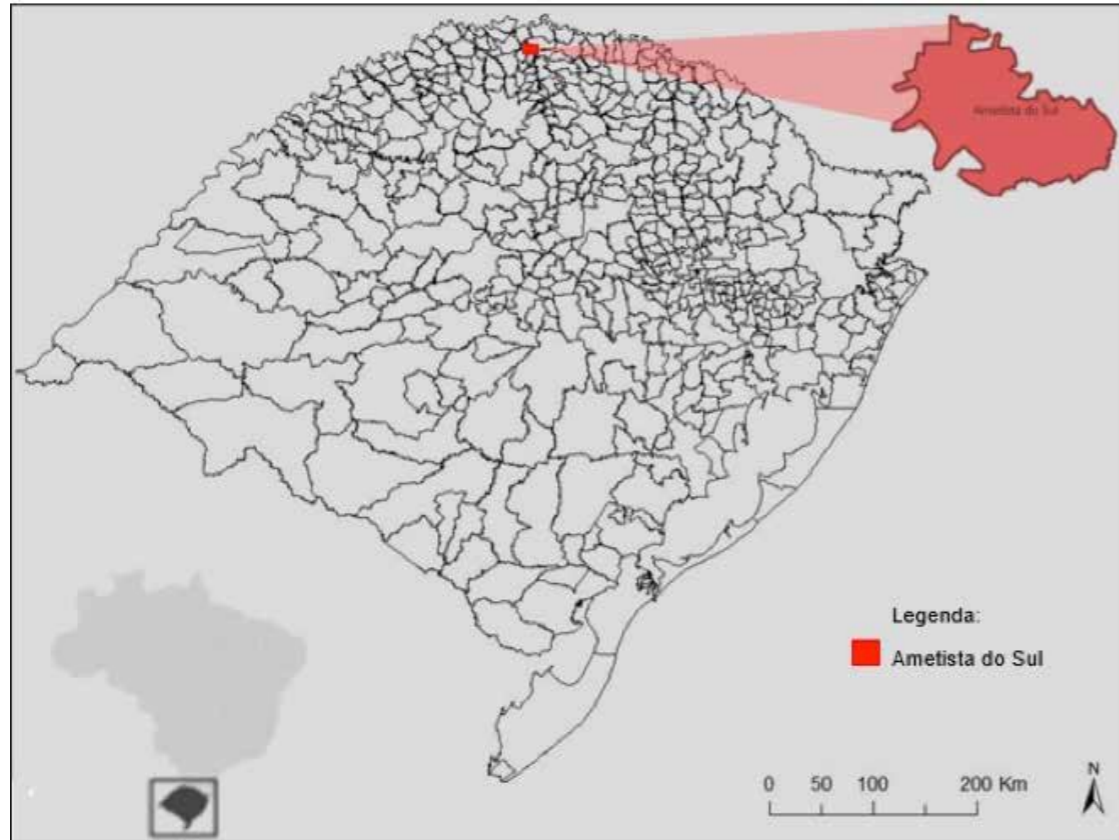
Desta forma, a paisagem faz parte da vida das pessoas, das cidades, dos lugares, logo do turismo. O conceito de turismo foi designado pela Organização Mundial do Turismo (OMT), no ano de 1994, como: “as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadias em lugares distintos a seu entorno habitual por um período de tempo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios e outros motivos⁵” (OMT, 1994 *apud* SANCHO, 1998, p. 11).

Para John Urry (2002), o turismo é uma característica da modernidade e envolve diversos sinais, estando associado com a experiência de conhecer novos lugares, rompendo com a rotina habitual dos indivíduos, por meio da contemplação de diferentes paisagens. Atualmente, o turismo dispõe de diversas segmentações de acordo com a sua finalidade, destino e público alvo, facilitando o direcionamento dos turistas. No entanto, para que os indivíduos tenham de fato essa experiência com os lugares é necessário que ocorra um planejamento turístico adequado, evitando que os destinos sejam reproduzidos e recebam um fluxo em massa, fatores que descaracterizam os lugares e ocasionam um turismo predatório.

Um turismo *pastiche* (reproduzido), impacta negativamente as paisagens dos lugares e seus significados, fazendo com que características outrora distintas, se tornem comuns e copiadas, podendo ser exemplificados pelos *resorts* com suas praias e paisagens *paradisiacas*, como é o caso de Cancún, no México. Esse efeito pode ser comparado com o fenômeno cunhado de *McDonaldização*, período em que houve um amplo investimento na indústria de *fast-food*, nas décadas de 1980 e 1990, sendo possível encontrar um *McDonald* em vários locais do mundo (URRY, 2002). O grande problema desse efeito, é a reprodução de pontos turísticos, desconsiderando as características existentes em cada lugar, como a paisagem, a cultura, a identidade e a relação com as pessoas. Assim, o turismo reproduzido é um produtor de não-lugares, que são o oposto de lugares, não possuindo significado, identidade, história e relações (AUGÉ, 1994).

Em suma, evidencia-se a importância da valorização e da conservação das características dos lugares, compostas pelas paisagens, culturas, arquiteturas, histórias, memórias, relações afetivas, enfim, por uma identidade própria, onde a experiência está relacionada com o lugar.

⁵ Tradução nossa: “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994 *apud* SANCHO, 1998, p. 11).



Assim, é preciso ter o cuidado para a conservação dos lugares, principalmente quando são destinos turísticos, evitando assim, que se transformem em não-lugares. Desta forma, o planejamento urbano e turístico das cidades, podem ser utilizados como ferramentas de organização espacial, aliados com a conservação das características locais, visto que a experiência dos indivíduos está relacionada com o turismo, mas principalmente com o lugar.

Na sequência, apresentam-se Ametista do Sul e Iraí, pequenos municípios localizados no noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, com populações próximas a 8.000 habitantes. Ambos os municípios possuem grande potencialidade turística, com destaques a pedras preciosas e a fontes de água mineral termal. No entanto, nenhum dos locais possuem estratégias de planejamento urbano e turístico adequados, podendo acarretar em uma descaracterização desses lugares, além de turismos reproduzidos e predatórios.

Ametista do Sul (RS): características identitárias, relacionais e históricas do lugar

O município de Ametista do Sul possui uma área de 93,704 Km² (IBGE, 2021), e está localizado no noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Figura 1), estando situado a 438 quilômetros da capital Porto Alegre e a 481 metros de altitude (CIDADE-BRASIL, 2021). A população estimada para o ano de 2020 foi de 7.403 ametistenses (IBGE, 2021). A sua principal economia é a extração e comercialização de pedras preciosas e semipreciosas, mas também se baseia no turismo, fruticultura, vitivinicultura (cultivo das vinhas e fabricação do vinho) e agropecuária (PREFEITURA MUNICIPAL, 2021).

Em relação ao seu contexto histórico, foi no início do século XX que começou a colonização de Ametista do Sul, que até o momento era habitada por indígenas da tribo *Kaingang*. Os primeiros registros da cidade datam da década de 1940, quando surgiram núcleos habitacionais e foram descobertas as primeiras pedras semipreciosas, inicialmente encontradas mais na superfície do solo. A principal atividade econômica nesse período, era a agricultura. No entanto, no ano de 1980, ocorreu uma diminuição na cultivação de áreas agrícolas no município e em contrapartida, cresceu a exploração



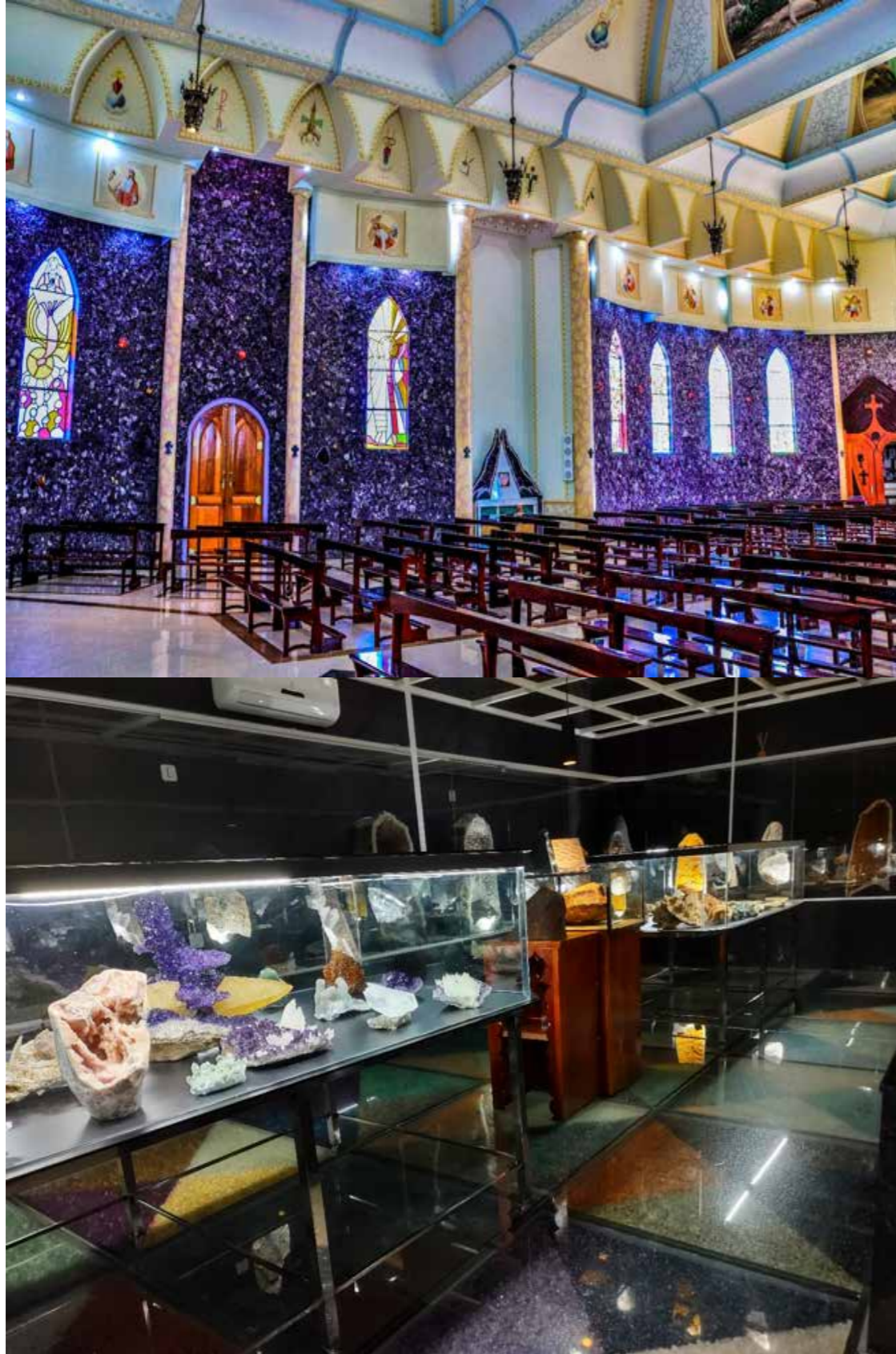
mineral de pedras preciosas e semipreciosas, acarretando na abertura de galerias subterrâneas. Dentre os minerais encontrados, o de maior destaque foi a pedra ametista, originando na nomenclatura do município que foi emancipado em 20 de março de 1992 (PREFEITURA MUNICIPAL, 2021).

Atualmente, as pedras preciosas são as principais fontes econômicas do município, por meio do turismo, comércio, indústrias e do extrativismo mineral. Este último representa, aproximadamente, 75% da economia local, por meio da atividade de 130 garimpos, dos quais os minerais são extraídos, beneficiados e exportados para diversos países (PLANO DE TURISMO, 2021). Dentre esses pode-se citar: “França, Estados Unidos, Itália, Alemanha, Suíça, Canadá, China, Taiwan, Coreia, Japão, Austrália, Índia, Espanha, entre outros” (PLANO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO, 2015, p.22).

Ametista do Sul é caracterizada por uma topografia acidentada, possuindo o Rio da Várzea e o Rio do Mel, como seus principais recursos hídricos. O clima predominante é subtropical, responsável por temperaturas extremas, tanto no inverno quanto no verão e a vegetação é esparsa, devido ao desmatamento provocado pela ação humana. Contudo, apesar das paisagens montanhosas que cercam o município, esse foi se desenvolvendo de forma linear, possuindo como eixo principal uma rodovia estadual, a ERS – 591, que transpassa pelo município (Figura 2). Nas proximidades desse eixo, fica localizada a zona mais central de Ametista do Sul e nas suas ramificações, as áreas mais rurais, inclusive muitos dos seus pontos turísticos.

O município não possui Plano Diretor, o qual é obrigatório para cidades acima de 20.000 habitantes, constando apenas com um Código de Posturas, do ano de 2015 e outras 2.805 leis municipais, datadas a partir do ano de 1993 (CESPRO, 2021). Recentemente, em 2021, foi lançado o Plano de Turismo Municipal, que auxilia com informações e dados atuais do local, além de metas para serem alcançadas até o ano de 2024. Ametista do Sul, a contar de sua emancipação é relativamente nova, possuindo 30 anos. Neste período o município foi se desenvolvendo, principalmente no turismo, onde as pedras preciosas são as principais atrações.

Figura 3 - Igreja São Gabriel, crivada de ametistas em sua ornamentação, Ametista do Sul, RS. Fonte: Secretaria do Turismo (2021). Figura 4 - Exposição mineral no Ametista Parque Museu, Ametista do Sul, RS. Fonte: Sabrina Candaten (2021).



Intitulado como a *Capital Mundial da Pedra Ametista*, o município faz parte de duas rotas turísticas do Estado do Rio Grande do Sul: Águas e Pedras e Gemas e Joias (PREFEITURA MUNICIPAL, 2021). Atualmente, possui 16 pontos turísticos, dentre os quais pode-se destacar a Igreja São Gabriel, única igreja no mundo revestida com mais de 40 toneladas de pedras preciosas (Figura 3). Além do Ametista Parque Museu, um complexo turístico que consta com museu de pedras preciosas, fósseis e meteoritos (Figura 4), com passeios a pé e motorizado por minas subterrâneas desativadas, estabelecimentos comerciais subterrâneos e mirante da paisagem local.

Em suma, Ametista do Sul (RS) é um município pequeno e com poucos habitantes, mas com grande potencialidade turística baseada no principal valor desse lugar: as pedras

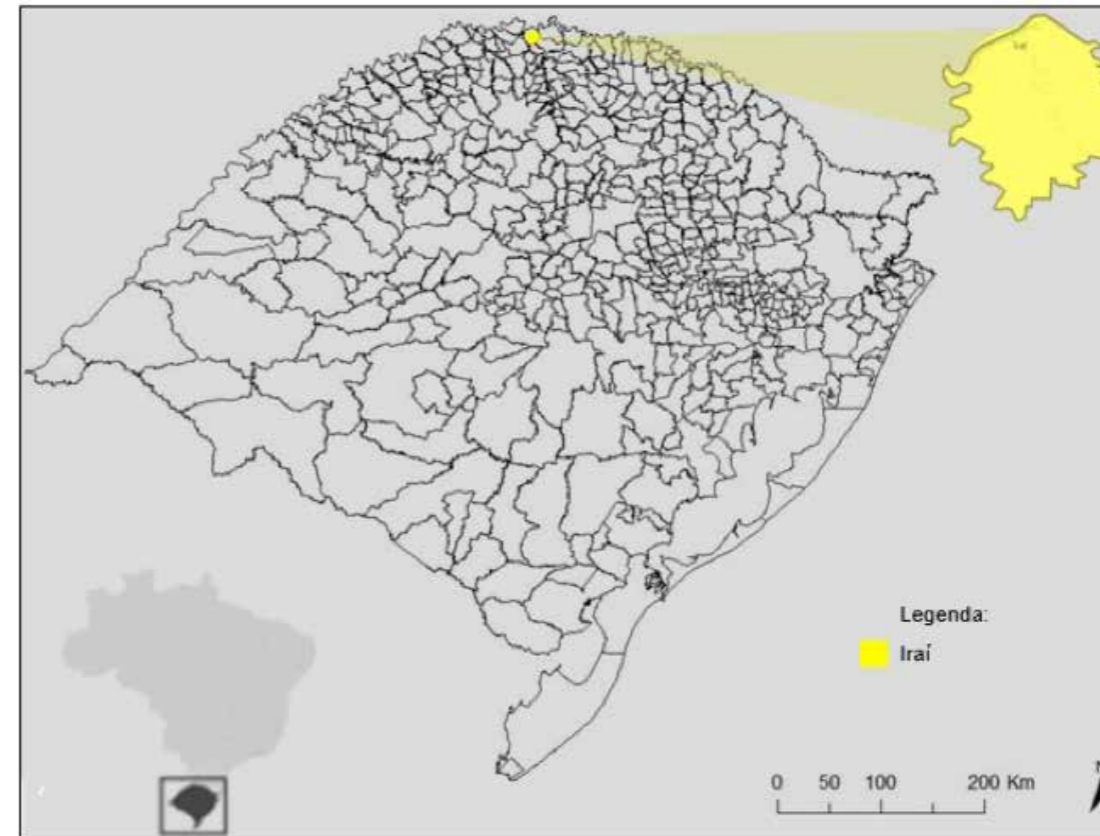


Figura 5 - Mapa localizando o município de Iraí, no Estado do Rio Grande do Sul. Fonte: Sabrina Candaten - adaptado de Mapas (2021).

preciosas. Desta forma, o turismo vem se desenvolvendo progressivamente, atraindo novos investidores e também turistas, impactando positivamente na economia local. No entanto, o município não apresenta um planejamento urbano e turístico adequado, que vise um desenvolvimento aliado com a conservação das características desse lugar, como a sua identidade, história, cultura, paisagem e relações. Assim, é preciso ter o cuidado para não se transformar em um não-lugar, com um turismo reproduzido e predatório, que descaracterize seus valores.

Iraí (RS): características identitárias, relacionais e históricas do lugar

O município de Iraí possui uma área territorial de 181,579 Km², e está localizado no noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Figura 5), estando situado a 456,3 quilômetros da capital do Estado, Porto Alegre, e a 247 metros de altitude (CIDADE-BRASIL, 2021). A população de acordo com o censo de 2010, foi de 8.078 habitantes, sendo estimada para 2020 em 7.141 iraienses (IBGE, 2021). As principais fontes de renda do município são: as atividades agropecuárias e o turismo (PREFEITURA DE IRAÍ, 2021).

O município é caracterizado por uma topografia acidentada, sendo banhado pelo Rio Uruguai, Rio da Várzea e Rio do Mel. O clima é subtropical, ocasionando temperaturas extremas e bem definidas conforme as estações do ano, com uma média de 20°C. A vegetação é abundante e variada, proporcionando um ar mais puro, além de auxiliar no microclima local. Iraí foi se desenvolvendo de forma mais orgânica, seguindo sua topografia, sendo limitada basicamente, entre o Rio do Mel e a ERS- 324 (Figura 6).

O contexto histórico de Iraí inicia em meados do ano de 1893, quando um grupo de refugiados da Revolução Federalista, estavam cruzando a região em busca de alimentos e nas margens do Rio do Mel, encontraram diversos animais de caça em um pântano, atraídos por fontes de águas quentes e frias que brotavam do solo. Assim, foram descobertas as *fontes milagrosas* do município, que começaram a ser procuradas para banhos e também para consumo. No ano de 1914, foi construída uma cabana de madeira de forma rústica sobre uma das fontes de água, sendo considerado o primeiro balneário do local utilizado para banhos. Em 1917, ocorreu a primeira exploração oficial do Estado do Rio Grande do Sul, que identificou cinco fontes de águas sulfurosas



Figura 6 - Imagem aérea de Iraí (RS), 2020 - elevação: 220 metros, 27°11'33.30"S e 53°14'57.10"O. Fonte: Sabrina Candaten - adaptado de Google Earth (2022).

(PREFEITURA DE IRAÍ, 2021). Em meados de 1920, foi inaugurada a primeira fábrica de engarrafamento de água mineral do município, sendo fechada posteriormente.

Após possuir várias nomenclaturas, no ano de 1920, o então distrito de Palmeira das Missões, foi nomeado de *Irahy*, nome indígena que significa Águas do Mel. Em 1933, ocorreu a sua emancipação, tornando-se oficialmente um município. No ano de 1937, conforme a nova ortografia, surgiu a grafia Iraí, permanecendo como nomenclatura da cidade até os dias atuais (PREFEITURA DE IRAÍ, 2021). Em relação ao planejamento e desenvolvimento do município, foram enviados engenheiros por meio do governador do Estado, José Antônio Flores da Cunha. Desta forma, Iraí foi preparada para o turismo, “segundo os paradigmas ‘modernos’ acreditados nas décadas de 1920 e 1930” (CASTROGIOVANNI, 2009, p.5).

Em meados de 1930, médicos como *Heinz von Ortenberg* e Heitor da Silveira, afirmaram que as águas termais de Iraí eram *milagrosas*, com uma composição química que auxiliava no tratamento de algumas doenças (CORREA, 2010). No ano de 1935, foi inaugurado o Balneário Osvaldo Cruz, construído no local do antigo pântano, envolvendo as fontes que brotavam do solo, se tornando o principal ponto turístico do município. O Balneário foi considerado o único do gênero na América do Sul e a sua nomenclatura foi em homenagem ao médico sanitário brasileiro Oswaldo Gonçalves Cruz (PREFEITURA DE IRAÍ, 2021).

Na década de 1940 o turismo se intensificou em Iraí com a inauguração do Cassino Guarani, o qual foi fechado seis anos depois, devido a proibição dos jogos de azar no país (CORREA, 2010). No ano de 1956, foi inaugurado um aeroporto no município, construído com recursos da União Federal. No entanto, em 1992 o local foi fechado devido a demarcação da área indígena pela Fundação Nacional do Índio (FUNAI), que incluiu cerca de 30 hectares ao território *Kaingang*, abrangendo o espaço do então aeroporto (PREFEITURA DE IRAÍ, 2021).

O município não possui Plano Diretor, o qual é obrigatório para cidades acima de 20.000 habitantes, consta apenas com um Código de Posturas, do ano de 1949. Em sua totalidade, Iraí possui 568 Atos, datados de 1933 a 1940, 71 Decretos-Lei, entre os anos de 1938 e 1947, e 3.357 Leis Municipais, a partir do ano de 1947 até 2021



(CESPRO, 2021).

Atualmente, Iraí é conhecida como *Cidade Saúde* em virtude dos benefícios de sua água, considerada a segunda melhor do mundo e a melhor do Brasil (PREFEITURA DE IRAÍ, 2021), sendo a principal característica identitária deste lugar. Assim, a água juntamente com as belas paisagens e a rica biodiversidade local, atraem turistas que buscam por uma nova experiência. O município faz parte de duas rotas turísticas: Águas e Pedras e Gemas e Joias, possuindo também um roteiro interno: Caminhos Águas e Matas, sendo a mais nova atração turística local, com visita à doze propriedades na zona rural de Iraí.

Figura 7 - Foto do Balneário Osvaldo Cruz, Iraí, RS. Fonte: Sabrina Candaten (2021). Figura 8 - Foto aérea do Balneário Osvaldo Cruz e das piscinas externas, Iraí, RS. Fonte: Arquivo Pessoal - Gean Carlos Albarello, 2021.

Dentre as ofertas turísticas existentes no município, pode-se destacar como principal o Balneário Osvaldo Cruz, projetado e executado pelo arquiteto francês *Alfred D'Agache*, para ser o local dos banhos milagrosos. O formato cilíndrico da construção remete as antigas arenas gregas e possui como função resistir as grandes enchentes que o município sofre (Figura 7) (PREFEITURA DE IRAÍ, 2021).

O Balneário Osvaldo Cruz é cercado pela vegetação da Reserva Florestal Bosque Sagrado, possuindo piscinas internas e também externas, além de oferecer outros serviços relacionados as águas (Figura 8). Em meio ao bosque são encontrados vestígios do passado local, que fazem parte da história do município, como: a chaminé da antiga fábrica de engarrafamento de água mineral, datada de 1928; e a obra da *Pomona* (deusa grega dos bosques e pomares), esculpida em pedra de arenito rosa por Vasco Prado, datada de 1950.

Desta forma, em síntese, Iraí é um pequeno município do noroeste gaúcho e com poucos habitantes, que possui uma rica biodiversidade e se destaca por seu principal valor: a água mineral termal. O turismo local teve seus anos dourados na década de 40, mas ainda é considerado a principal economia do município, atraindo novos turistas anualmente. No entanto, o município não possui um planejamento urbano e turístico adequado, fator que interfere no desenvolvimento local, além de acarretar em riscos relacionados a conservação das características identitárias, relacionais e históricas do lugar, por meio de um turismo predatório.

Resultados e experiências

As entrevistas semiestruturadas foram desenvolvidas e aplicadas utilizando o método qualitativo, visando uma conversa direcionada com os entrevistados, sendo possível entender melhor a relação e a experiência desses com o lugar⁶. Desta forma, os resultados mostram um direcionamento das respostas dos entrevistados, ao invés de uma precisão em relação aos temas abordados, visto que o número de entrevistados é inferior ao que seria utilizado com o método quantitativo.

No município de Ametista do Sul (RS) e Iraí (RS), as entrevistas semiestruturadas foram aplicadas para cinco grupos. Onde, no primeiro, foram entrevistados: o secretário do turismo do município, a gestora do ponto turístico do Ametista Parque Museu, 5 empresários, 15 moradores locais e 10 turistas. No segundo, foram entrevistados: a secretária do turismo do município e também gestora do ponto turístico do Balneário Osvaldo Cruz, 5 empresários, 15 moradores locais e 5 turistas. Desta forma, o total de entrevistados entre os grupos foram de 32 pessoas em Ametista do Sul e de 26 pessoas em Iraí.

Ametista do Sul (RS)

Em entrevista com o secretário do turismo de Ametista do Sul, foram abordadas diversas questões relacionadas a infraestrutura urbana e turística do município, meios de divulgação dos pontos turísticos, sobre turistas, pandemia, entre outros assuntos. Ao ser questionado sobre os acessos ao município, o secretário afirmou que existe a necessidade de melhorias, tanto na pavimentação quanto na sinalização e em relação a infraestrutura urbana e turística afirmou ser deficiente. No que tange o turismo, foi

⁶ As entrevistas semiestruturadas foram aplicadas durante o período pandêmico, tomando todos os cuidados necessários, porém resultando em um número reduzido de pessoas entrevistadas, principalmente em relação aos turistas.

relatado sobre as dificuldades iniciais da atividade no local, pois como a principal fonte econômica do município vem da extração e comercialização dos minerais, a ideia do turismo foi encerrada com resistência por parte da comunidade. A partir do entendimento e aceitação desta atividade foi possível criar novas dinâmicas e adquirir novos investidores, logo, mais investimentos para o município.

Atualmente, o índice de maior movimento turístico ocorre entre os meses de outubro a março, envolvendo o período de festas e férias. Em relação ao público frequentador, antes da pandemia o turismo era mais voltado para excursões de estudantes e idosos, que se deslocavam de ônibus ou vans e permaneciam no município durante um único dia. No período pandêmico, percebeu-se que o turismo ficou mais voltado a famílias de classe média e classe alta, as quais visitam a cidade em seus carros particulares e acabam permanecendo por um período maior de tempo.

A divulgação dos pontos turísticos é realizada por meio de mídias e redes sociais, além da visitação em feiras de turismo por todo o território nacional, o que não foi possível na pandemia. Segundo o secretário, a forma de divulgação mostra-se eficaz, pois resulta em um número crescente de turistas, assim busca-se ampliar o alcance de pessoas, principalmente por meio da divulgação em grandes feiras por todo o país. Os locais de origem da maioria dos turistas concentram-se em outros estados, como Santa Catarina, Minas Gerais e São Paulo e também em municípios da região, principalmente na época de pandemia. No final da entrevista, o secretário lamentou as dificuldades decorrentes do Covid-19 e relatou: “um legado que a pandemia vai deixar no turismo brasileiro, é o aumento pelo turismo doméstico ou também conhecido, turismo local”.

Na entrevista com a gestora do ponto turístico do Ametista Parque Museu, foram abordadas diversas questões, relacionadas ao empreendimento, aos turistas, ao município, entre outros assuntos. Em um quesito mais macro, indagou-se sobre a infraestrutura da cidade, sendo pontuados a necessidade de pavimentação asfáltica até o Parque, além de mais sinalizações. Sobre os acessos do município, há a necessidade de uma melhora urgente, principalmente na ligação entre Ametista do Sul e Frederico Westphalen, visto que muitos turistas se hospedam na cidade vizinha, devido as poucas opções de hospedagem existentes no município.

A divulgação turística do local é realizada por meio de veículos de comunicação (jornais, rádio), mídias e redes sociais, além da difusão pelos próprios turistas para amigos e familiares. Desta forma, a gestora afirmou que a divulgação do ponto turístico é boa e estão sempre tentando melhorar, disponibilizando informações atualizadas periodicamente. Segundo a gestora, a época de maior fluxo turístico no local ocorre entre os meses de setembro e fevereiro, sendo intensificado na temporada de férias. A origem dos turistas é diversa, desde municípios da região e outros estados, principalmente de Santa Catarina, até outros países, como a Alemanha. Quanto ao perfil dos turistas, segundo a gestora do Parque, é um público variado, sendo importante salientar que antes da pandemia eram em sua maioria, famílias e grupos de alunos, mas atualmente são apenas famílias. Sobre o impacto da pandemia no ponto turístico, a gestora afirma que ficaram fechados por aproximadamente 6 meses, dificultando os negócios, mas no momento pode-se dizer que o turismo está normalizando.

Os empresários entrevistados (5 pessoas), consideraram a atividade turística positiva para o município, pois movimenta a economia e proporciona novos empregos. Em relação as consequências da pandemia, a maioria dos empresários constatou um forte impacto negativo sobre os negócios, dificultando a venda dos produtos e também a compra dos fornecedores. Outros relataram estabilidade nas vendas, ou seja, não ocorreu uma queda significativa, mas também não houve crescimento.

Em um quesito mais macro, os empresários responderam sobre a infraestrutura e acessos do município de Ametista do Sul. As respostas de todos foram equivalentes, relatando que a infraestrutura da cidade já obteve melhorias, mas ainda precisa progredir, necessitando de investimentos e mais estrutura física, como a rede hoteleira, para conseguir suportar o número de turistas. Em relação aos acessos ao município as respostas se dividiram entre ruim e péssimo, precisando melhorar muito, principalmente em relação a pavimentação.

Em entrevista ao grupo de turistas (10 pessoas), notou-se que a origem destes foi em sua maioria do Estado de Santa Catarina, de cidades como: Blumenau, Florianópolis, Imbituba e São José, sendo que apenas um dos entrevistados era do Estado do Rio Grande do Sul, morador do município vizinho de Frederico Westphalen. Desta forma, a maioria dos turistas não conhecia o município de Ametista do Sul e o ponto turístico do Ametista Parque Museu, onde estavam no momento da entrevista. Ao serem questionados como ficaram conhecendo o município e o ponto turístico, nenhum dos turistas relatou que foi por meio de veículos de comunicação ou mídias e redes sociais, os quais são as principais formas de divulgação desses locais. A maioria dos turistas afirmaram que ficaram os conhecendo por meio de amigos e familiares.

Em uma visão mais macro, os turistas foram questionados sobre a infraestrutura e os acessos do município. Quanto aos acessos, todos revelaram estarem ruins ou péssimos, necessitando melhorar principalmente a pavimentação e a sinalização. No quesito da infraestrutura da cidade, a maioria declarou estar razoável, precisando investir na pavimentação das estradas, na sinalização e na rede hoteleira.

Para finalizar a entrevista, os turistas foram questionados sobre a sua experiência no município e no ponto turístico em questão, e o que mais chamou a atenção deles nesses lugares. No que tange os valores do lugar, foram considerados por eles: as pedras ametistas, os garimpos, a recepção do povo e a inusitada paisagem, sendo essas as características identitárias, culturais, históricas e relacionais do município. Quanto aos relatos de experiências, todos os turistas destacaram que foi uma experiência muito boa e única, principalmente o contato com a natureza e com as belezas naturais do lugar, ficando evidente que a experiência das pessoas possui relação com as características identitárias do lugar. Esse sentimento pode ser evidenciado na resposta de um dos entrevistados que visitava o Ametista Parque Museu:

Já viajamos para a Europa e Japão, e agora estamos fazendo um roteiro pelas cidades da região e viemos conhecer Ametista do Sul, a expectativa era grande. Eu que já conheci outros países, posso afirmar que essa experiência não se compara as que já tive, essa paisagem é linda e exuberante, minha esposa disse que se sentiu uma rainha aqui (Relato de um turista de 74 anos de idade, da cidade de Blumenau/SC, 2021).

Em entrevista com o grupo de moradores locais (15 pessoas), no que concerne ao fluxo turístico do município, a maioria dos moradores afirmaram ser algo positivo para o município, auxiliando na economia e também proporcionando empregos. Quanto aos acessos da cidade, todas as respostas foram semelhantes, indicando serem deficientes e em situações precárias, necessitando de melhorias e investimentos, principalmente relacionados a sinalização e a pavimentação. Em relação a infraestrutura do município, a maioria das pessoas relataram estar em progresso, mas ainda regular, necessitando de mais investimentos e melhorias, principalmente nas sinalizações e na rede hoteleira.

As últimas perguntas da entrevista, foram em um âmbito mais pessoal e sentimental, onde os moradores foram questionados sobre os principais valores desse lugar e se

Comparação dos resultados das entrevistas – Ametista do Sul/RS			
Grupos entrevistados	Questão sobre os acessos ao município	Questão sobre a infraestrutura urbana e turística	Questão sobre a divulgação do turismo
Poder público	Existe a necessidade de melhorias (sinalização e pavimentação)	Deficiente – necessidade de mais investimentos e melhorias	Eficaz – por meio de mídias/redes sociais e da visitação em feiras
Gestora do Ametista Parque Museu	Necessidade de melhorias urgentes	Necessidade de mais investimentos - asfalto até o Parque e sinalização	Boa – por meio de veículos de comunicação e mídias/redes sociais
Empresários	Ruim/péssimo	Necessidade de mais investimentos – mais estrutura física (hotéis)	-
Moradores	Deficientes/precários	Necessidade de mais investimentos e melhorias – sinalização, hotéis	-
Turistas	Ruim/péssimo	Necessidade de mais investimentos – sinalização, pavimentação, hotéis	Regular – ficaram conhecendo por meio de amigos e familiares

sentem que pertencem a ele. No que se refere aos valores, foram citados: as pedras preciosas, a relação hospitaleira entre as pessoas, a tranquilidade do local, a história afetiva com a cidade e as lembranças. Sobre o sentimento de pertencimento, todos afirmaram se sentirem em casa, pois se identificam com a cidade e possuem uma relação afetiva com as pessoas e também com o lugar. A maioria dos entrevistados são naturais do município ou vivem desde pequenos no local, contendo muitas histórias e memórias. No relato de uma moradora pode ser observado o vínculo afetivo e a experiência com esse lugar:

Sou natural de Estrela (RS), mas fazem 74 anos que moro aqui, fui uma das primeiras garimpeiras do município, ajudando meu pai desde os 13 anos. Também trabalhei na igreja recepcionando os turistas, só parei por causa da pandemia. Não troco o município por nada, aqui tive minha família, meu marido que já faleceu, possuo muitas lembranças (Relato de uma moradora de 85 anos de idade, 2021).

Ao final das entrevistas semiestruturadas com os cinco grupos, é possível fazer uma comparação em relação aos temas em comuns abordados, relacionados a questões urbanas e turísticas. Desta forma, a carência de planejamento urbano e turístico em Ametista do Sul (RS), pode ser observada, principalmente na deficiência da sua infraestrutura urbana e turística. Problemas como a pavimentação e sinalização precárias dos acessos ao município, falta de locais de hospedagem e a necessidade de mais informação e divulgação turística, estão entre os principais problemas citados entre os cinco grupos entrevistados, conforme pode ser observado no Quadro 1.

As respostas entre os cinco grupos entrevistados em Ametista do Sul estão alinhadas no que se refere aos acessos e a infraestrutura do município, sendo perceptível a necessidade de melhorias e investimentos nessas áreas. Em relação a divulgação do turismo, questionada a três grupos, as respostas se divergem. Enquanto quem



Figura 9 - Mosaico de fotos – características do lugar, Ametista Parque Museu, Ametista do Sul/RS. Fonte: Sabrina Candaten (2021).

faz a divulgação (poder público e ponto turístico) a considera boa e eficaz, quem a recebe avalia como regular, pois ficaram conhecendo os locais por meios diferentes dos utilizados para a divulgação.

Desta forma, se evidencia que apesar da necessidade de estratégias de planejamento urbano e turístico e de mais investimentos, o município possui um grande potencial turístico, reconhecido pelos indivíduos que o conhecem, tanto moradores quanto turistas, e evidenciado por meio das características identitárias desse lugar (Figura 9).

No entanto, a experiência não está relacionada apenas com o sentimento dos indivíduos diante das características identitárias do lugar, também depende da percepção destes em relação ao lugar (TUAN, 1979). Ou seja, de como a cidade está preparada para recepcionar estes turistas. Portanto, pode-se dizer que a experiência das pessoas está associada as características identitárias, relacionais, históricas e culturais do lugar, mas também com a infraestrutura urbana e turística das cidades, que por meio do planejamento tem como um de seus papéis, proporcionar melhorias em serviços públicos para a sociedade.

Iraí (RS)

Em entrevista com a secretária do turismo de Iraí e também gestora do ponto turístico do Balneário Osvaldo Cruz, foram abordadas diversas questões relacionadas a infraestrutura urbana e turística do município, meios de divulgação dos pontos

turísticos, turistas, pandemia, entre outros assuntos. Ao ser indagada sobre os acessos ao município, afirmou serem bons, principalmente a ligação até a cidade vizinha, Frederico Westphalen. No que se refere a infraestrutura urbana e turística, declarou a necessidade de melhorias, principalmente relativas as placas de sinalizações.

Quanto a percepção do turismo local, é considerada boa e com grande potencial, sendo uma das principais fontes econômicas do município. Desta forma, a pandemia acabou afetando negativamente Iraí, interferindo nos empregos e na economia, impactando os moradores e comerciantes locais. Também foi destacado a participação da comunidade, sendo mais ativa na zona rural, a qual faz parte da rota turística Caminhos Águas e Matas, que faz parada em doze locais onde as famílias recebem os turistas, os quais podem usufruir dos serviços e produtos do interior.

Em relação ao ponto turístico do Balneário Osvaldo Cruz, se constatou que o período de maior fluxo turístico no local ocorre entre os meses de dezembro e fevereiro, na época de verão e férias. A origem dos turistas é diversa, desde municípios da região e outros estados, principalmente na pandemia, até outros países, como a Argentina, Uruguai e Japão. Quanto ao perfil dos turistas, segundo a gestora do balneário, o público é variado, sendo importante salientar que antes da pandemia eram em sua maioria grupos de terceira idade e atualmente são pessoas mais jovens, principalmente casais. Sobre o impacto da pandemia no ponto turístico, a gestora afirmou que ficaram fechados por aproximadamente 6 meses, reabrindo em outubro de 2020, porém com um fluxo reduzido de turistas.

Ao final da entrevista, a secretária do turismo de Iraí e também gestora do ponto turístico do Balneário Osvaldo Cruz, ressaltou a valiosa biodiversidade existente nesse lugar, relatando: “o Balneário é cercado por uma rica natureza, possui diversos animais como macacos, tucanos, ninhos de papagaio. Em que lugar você está no centro da cidade e ao mesmo tempo cercado de natureza? Aqui é único”.

Os empresários entrevistados (5 pessoas), afirmaram que a atividade turística é positiva para a economia local, apesar de atualmente ter regredido se comparada ao passado, quando o município viveu seus anos dourados. Em relação as consequências da pandemia, todos os empresários se declararam afetados, ficando meses fechados e com diminuição do número de clientes, muitos quase falindo. Um dos proprietários comentou que assumiu o negócio durante a pandemia, comprando o estabelecimento do antigo dono que não conseguiu mantê-lo em funcionamento no período pandêmico.

Em uma visão mais macro, os empresários responderam sobre a infraestrutura e acessos do município de Iraí. Quanto a infraestrutura, a maioria dos empresários afirmaram ser boa, porém necessitando de melhorias e 1 comentou ser fraca, precisando de mais investimentos. Em relação aos acessos a cidade, as respostas ficaram mais divididas. Um dos empresários afirmou estarem ruins, principalmente em direção ao município de Planalto, 2 relataram estarem regulares, precisando de investimentos e os outros 2 consideraram bons, principalmente para Frederico Westphalen.

Em entrevista ao grupo de turistas (5 pessoas), se constatou que a origem desses era do Estado do Rio Grande do Sul, do município de Seberí, e do Estado do Paraná, cidade de Cascavel. Todos os turistas entrevistados já conheciam o município de Iraí e o ponto turístico do Balneário Osvaldo Cruz, onde estavam no momento da entrevista. No entanto, ao serem questionados como ficaram conhecendo aquele lugar, nenhum dos turistas relatou que foi por meio de veículos de comunicação ou mídias e redes sociais, os quais são as principais formas de divulgação do município e do ponto turístico. Todos os turistas afirmaram que ficaram conhecendo o local por meio de amigos e familiares, diante disso, consideraram fraca a forma de divulgação do turismo

Comparação dos resultados das entrevistas – Iraí/RS			
Grupos entrevistados	Questão sobre os acessos ao município	Questão sobre a infraestrutura urbana e turística	Questão sobre a divulgação do turismo
Poder público	Bons – principalmente à Frederico Westphalen	Necessidade de melhorias – sinalização	Eficaz – por meio de mídias/redes sociais
Gestora do Balneário Osvaldo Cruz	Bons – principalmente à Frederico Westphalen	Necessidade de melhorias – sinalização	Eficaz – por meio de mídias/redes sociais
Empresários	Bons – à Frederico Westphalen Ruins – à Planalto/Ametista do Sul	Necessidade de mais investimentos e melhorias	–
Moradores	Regular – necessidade de melhorias na pavimentação e sinalização, principalmente à Planalto/Ametista do Sul	Regular - Necessidade de melhorias na sinalização e pavimentação	–
Turistas	Bons - necessidade de melhorias na sinalização	Necessidade de melhorias	Fraca - ficaram conhecendo por meio de amigos e familiares

no local, faltando sinalização e divulgação, inclusive nas estradas até o município de Iraí.

Em uma visão mais macro, os turistas foram questionados sobre a infraestrutura e os acessos do município. Quanto aos acessos, todos revelaram estarem bons, mas necessitando melhorar a sinalização. No quesito da infraestrutura da cidade, consideraram boa, mas necessitando de melhorias. Também comentaram sobre os valores caros de alguns hotéis do município.

Para finalizar a entrevista, foram questionados sobre a sua experiência na cidade e no ponto turístico em questão, e o que mais chamou a atenção deles nesses lugares. No que se refere aos valores de Iraí, foram citados: a água mineral termal e a natureza. Quanto a experiência vivida foi considerada ótima, pois o lugar transmite sensações de tranquilidade e paz interior, sendo um refúgio dos ruídos diários das cidades. Assim, o destino é procurado para descanso, fazendo com que muitos turistas voltem anualmente para aproveitar as férias. Um dos turistas entrevistados relatou: “meus pais frequentavam a cidade e o balneário nos anos 80. Eles falavam daqui para nós, e agora faz mais de 10 anos que eu e minha esposa viemos para cá, todo o ano, é muito bom” (Relato de um turista de 72 anos de idade, da cidade de Cascavel/PR, 2021).

Na conversa com os moradores (15 pessoas), em relação ao fluxo turístico no município, a maioria afirmou ser algo positivo, auxiliando na economia da cidade, principalmente antes da pandemia. Quanto aos acessos da cidade, 4 moradores consideraram bons. Porém a maioria, 11 entrevistados, consideraram regular, necessitando de melhorias na pavimentação e sinalização, principalmente entre Ametista do Sul e Planalto e também nas estradas do interior do município. No que tange a infraestrutura da cidade, a maioria dos moradores comentaram ser regular, havendo a necessidade de



melhorias e investimentos, principalmente na sinalização e pavimentação. Apenas 3 entrevistados consideraram que o município possui uma boa infraestrutura.

Ao final da entrevista, também foi possível perceber que as experiências e vivências das pessoas estão conectadas com as características desse lugar. Um dos questionamentos indagou sobre os valores daquele lugar e sobre o sentimento de pertencimento a esse. Assim, foram citados a tranquilidade, paz e segurança de morar em Iraí e a oportunidade de ter o contato diário com a natureza e com as águas como os principais valores desse lugar. Sobre o sentimento de pertencimento, todos os moradores afirmaram se sentirem bem e acolhidos, com a sensação tranquila de estarem envolvidos pela natureza. Além de destacarem as relações afetivas e os laços com as pessoas e com o lugar, temas abordados por Tuan (1980) e Relph (1976).

As entrevistas semiestruturadas realizadas com os cinco grupos, abordaram questões comuns entre eles, relacionadas a infraestrutura urbana e turística de Iraí, conforme pode ser observado no Quadro 2. Desta forma, é notável a necessidade de um planejamento, além de mais investimentos e melhorias, principalmente na infraestrutura urbana e turística do município, fazendo com que o turismo volte a ter a força do passado. Muitos munícipes, acreditam que a regressão do turismo começou com o fechamento do cassino e posteriormente do aeroporto, o qual passou a pertencer ao território indígena *Kaingang*. Outros acreditam que esse regresso ocorreu devido à falta de investimentos no município.

Figura 10 - Mosaico de fotos – características do lugar, Balneário Osvaldo Cruz, Iraí/RS. Fonte: Sabrina Candaten (2021).

De acordo com o Quadro 02, as respostas referentes aos acessos e a infraestrutura de Iraí, estão coincidindo entre os cinco grupos entrevistados, sendo notável a satisfação de alguns aspectos, mas também a necessidade de melhorias e investimentos em outros pontos. No entanto, em relação a divulgação do turismo, as respostas se diferem entre os três grupos entrevistados (poder público, ponto turístico e turistas). Para a secretária do turismo e também gestora do ponto turístico, a forma de divulgação é considerada eficaz, mas julgada fraca pelos turistas, os quais ficaram conhecendo os locais por outros meios. Assim, se observa que por meio de um planejamento urbano e turístico adequado seria possível recuperar a potencialidade turística do município, associado a conservação das características desse lugar, evitando que se transforme em um não-lugar, com um turismo reproduzido e predatório. No entanto, apesar da necessidade de mais planejamentos, investimentos e atrativos no município, esse possui um grande potencial turístico, associado as características identitárias desse lugar (Figura 10), as quais possuem significados às pessoas, permitindo relações afetivas e experiências (TUAN 1980; TUAN, 2018).

Considerações finais

Este artigo abordou a experiência do lugar associada à atividade turística, tendo como estudos de caso os municípios de Ametista do Sul e Iraí. Ambos municípios pequenos e localizados no noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, com potencialidades turísticas baseadas nos valores desses lugares. O objetivo principal foi evidenciar a importância da valorização das características identitárias, relacionais, históricas e culturais do lugar na experiência dos indivíduos, e desta forma, destacar sua implicação no planejamento urbano de cidades turísticas.

Em relação aos conceitos abordados no artigo: turismo, lugar e experiência, se concluiu que os mesmos estão interligados. Desta forma, um lugar é definido por meio de suas características identitárias, históricas e relacionais, as quais definem o valor desse lugar, onde a identidade é composta pelo ambiente físico, atividades e significados. Assim, esses elementos definem um lugar que possui como forma visual e física a paisagem, a qual é também um componente fundamental do turismo. Com isso, a experiência dos indivíduos está vinculada ao lugar, que é composto por relações e significados, onde pessoas geram significados por meio de vínculos afetivos e experiências, utilizando o seu corpo como uma ferramenta, por meio da visão, tato, olfato, audição e paladar. O vínculo entre esses conceitos foi constatado na pesquisa bibliográfica e também nas entrevistas semiestruturadas realizadas, onde a identificação com as características dos lugares foi fundamental para as pessoas obterem a experiência turística nos municípios.

Dentre os assuntos abordados nas entrevistas com os cinco grupos (secretários do turismo, gestores dos pontos turísticos escolhidos, empresários, moradores e turistas), se destacaram: os acessos aos municípios e a infraestrutura urbana e turística, constatando-se que tanto Ametista do Sul quanto Iraí, necessitam de melhorias e investimentos nesses quesitos. O mesmo ocorre para os meios de divulgação do turismo, considerados eficazes pelo poder público e gestores dos pontos turísticos, porém fracos pelos turistas. Esses fatores podem ser justificados pela falta de um planejamento urbano e turístico adequado nesses municípios, os quais não possuem por exemplo, um Plano Diretor.

O planejamento urbano sustentável é de extrema relevância para o desenvolvimento adequado das cidades, pois objetiva a organização do território. No entanto, pela legislação, municípios com uma população inferior a 20.000 habitantes não são obrigados a possuírem um Plano Diretor, um dos principais instrumentos de organização

de uma cidade. Com isso, principalmente as cidades pequenas, como Ametista do Sul e Iraí, ficam expostas muitas vezes às consequências de uma urbanização não planejada, ocasionando danos ambientais e ignorando os aspectos que caracterizam aquele lugar.

Desta forma, buscando prevenir futuros problemas relacionados à expansão, à provisão adequada de infraestrutura e à conservação do meio ambiente local, é necessário que haja um planejamento urbano integrado. Contudo, deve-se ressaltar que o planejamento urbano baseado em princípios de justiça social e sustentabilidade ambiental deve levar em consideração as características socioeconômicas de cada cidade e os aspectos que designam o valor daquele lugar, como sua história, cultura, identidade, relações e meio ambiente, reunidos em sua paisagem. Assim, deve buscar inserir a singularidade do lugar cultivado e construído por seus moradores a partir de identidades próprias, evitando que se transforme em um não-lugar.

Portanto, a necessidade de diagnósticos e levantamentos que identifiquem a relação das pessoas com a identificação dos seus lugares, se faz fundamental para embasar planos e estratégias para políticas públicas que promovam a gestão do crescimento urbano e de suas atividades em Ametista do Sul e Iraí, incluindo o desenvolvimento turístico. No que tange o turismo, essas políticas públicas devem se embasar, como dito, no conhecimento do lugar (e seus territórios) vivenciado e construído pelas relações dos moradores locais, que criam uma identidade única e um controle territorial, capazes de favorecerem a prevenção de descaracterizações, descontrole de acesso e, mesmo, desastres (envolvendo planos de contingência), como base ao plano de turismo. Desta forma, com um planejamento urbano e turístico adequado, é possível solucionar os problemas existentes e buscar novas alternativas e estratégias que auxiliem no desenvolvimento dessas atividades nos municípios. Assim como, colaborar com a conservação das características identitárias desses lugares, relacionadas aos seus aspectos culturais, biológicos e geológicos, evitando a perda de suas identidades e valores, diante de um turismo reproduzido e predatório, consequentes dos processos de globalização.

Referências Bibliográficas

AUGÉ, Marc. *Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Tradução Maria Lúcia Pereira. Campinas-SP: Papirus, 1994. 112 p. Título original: *Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. (Travessia do Século).

BERQUE, Augustin. Paisagem-Marca, Paisagem-Matriz: elementos da problemática para uma geografia cultural. In. CORRÊA, R. L., ROSENDAHL, Z. (orgs.). *Paisagem, Tempo e Cultura*. Rio de Janeiro: EDUERJ, p. 84-91, 1998 b.

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. O lugar da geografia no entre-lugar do espaço turístico: Uma viagem complexa que ainda continua... *Rosa dos Ventos*, v.1, n.0, p. 01-13, jul./dez. 2009.

CESPRO. *Portal de Legislação do Município de Ametista do Sul/RS*. Disponível em: <https://cespro.com.br/visualizarLeisPorAno.php?cdMunicipio=7227&cdTipoDiploma=11255>. Acesso em: 15, out. 2021.

CESPRO. *Portal de Legislação do Município de Iraí/RS*. Disponível em: <https://cespro.com.br/visualizarIndicePorAssunto.php?cdMunicipio=7578&cdTipoDiploma=4720>. Acesso em: 15, out. 2021.

CIDADE-BRASIL. *Município de Ametista do Sul*. Modificado em abr. de 2021. Disponível em: <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-ametista-do-sul.html>. Acesso em: 07, jun. 2021.

CIDADE-BRASIL. *Município de Iraí*. Modificado em abr. de 2021. Disponível em: <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-irai.html>. Acesso em: 14, jun. 2021.

CORREA, Sílvio Marcus de Souza. Germanidade e banhos medicinais nos primórdios dos balneários no Rio Grande do Sul. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, Rio de Janeiro, v.17, n.1, p.165-184, jan./mar. 2010.

GOOGLE EARTH. Vista aérea de Ametista do Sul/RS e de Iraí/RS. *Google Earth*. 2021.

IBGE, Cidades. *Ametista do Sul – Panorama*. 2021. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/ametista-do-sul/panorama>. Acesso em: 07, jun. 2021.

IBGE, Cidades. *Iraí – Panorama*. 2021. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/irai/panorama>. Acesso em 14, jun. 2021.

MAPAS, PARA COLORIR. *Estado do Rio Grande do Sul: Municípios*. 2021. Disponível em: <https://www.mapasparacolorir.com.br/mapa/estado/rs/estado-rio-grande-do-sul-municipios.jpg>. Acesso em: 21, jun. 2021.

MERLEAU-PONTY, Maurice. *Fenomenologia da Percepção*. 2 ed. Tradução Carlos Alberto Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 1999. Título original: *Phénoménologie de la perception* (Tópicos).

NORBERG-SCHULZ, Christian. *O fenômeno do lugar*. In: NESBITT, K. (Org.). Uma nova agenda para a arquitetura: antologia teórica (1965-1995). Tradução: Vera Pereira. São Paulo: Cosac Naify, 2015, p. 443-461. [“*The Phenomenon of Place*” foi extraído de *Architectural Association Quarterly* 8, n. 4, 1976: pp.3-10].

PLANO DE TURISMO. *Plano Municipal de Turismo Ametista do Sul-RS, 2021 – 2024*. Ametista do Sul: Kerkhoff Design, 2021.

PLANO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO. *Município de Ametista do Sul-RS*. 2015. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/monitoramentopne/planos-municipais-de-educacao-rs/a/ametista-do-sul>. Acesso em: 07, jun. 2021.

PREFEITURA DE IRAÍ. *História*. Disponível em: <http://www.irai.rs.gov.br/historia/>. Acesso em: 11, jun. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL, Ametista do Sul. *História do Município*. Disponível em: <https://ametistadosul.rs.gov.br/municipio>. Acesso em: 07, jun. 2021.

RELPH, Edward. *Place and Placelessness*. Londres: Pion, 1976.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. A experiência do turismo ecológico no Brasil: um novo nicho de mercado ou um esforço para atingir a sustentabilidade. *Turismo, Visão e Ação*, ano 2, n.5, p.81-90, out. 1999/mar. 2000.

SANCHO, Amparo. (dir.). *Introducción al turismo*. 1a. ed. Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT), 1998.

SANTOS, Milton. *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. 4. ed. 2. reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006. (Milton Santos;1).

SECRETARIA DO TURISMO, Ametista do Sul. *Pontos turísticos*. Disponível em: <https://ametistadosul.tur.br/pontos>. Acesso em: 15, set. 2021.

TUAN, Yi-Fu. *Space and Place: Humanistic Perspective*. S. Gale and G. Olsson (eds). *Philosophy in Geography*, p. 387-427, 1979.

TUAN, Yi-Fu. *Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente*. Tradução DIFEL. São Paulo: DIFEL, 1980. Título original: *Topophilia: a study of environmental perception, attitudes, and values*.

TUAN, Yi-Fu. Lugar: uma perspectiva experiencial. *Geograficidade*, v.8, n.1, jan. 2018. Tradução Márcia Manir Miguel Feitosa e Renata França Pereira. Título original: *Place: an Experiential Perspective*. Publicado na *The Geographical Review*, v.65, n.2, abril 1975.

URRY, John. *The Tourism Gaze*. Second Edition. Sage, 2002.