

A prática turística no Parque Nacional do Iguaçu em Foz do Iguaçu-PR (Brasil) e os elementos formadores do espaço

The tourist practice at the Iguaçu National Park in Foz do Iguaçu-PR (Brazil) and the space-forming elements

Mariana Cristina da Cunha Souza

Doutoranda em Geografia – FCT/UNESP – Presidente Prudente-SP
mccunhasouza@hotmail.com

Margarete Cristiane Costa Trindade Amorim

Professora Assistente Doutora – FCT/UNESP – Presidente Prudente-SP
mccta@fct.unesp.br

Resumo

O turismo está condicionado a existência de elementos espaciais que possam ser apropriados ou produzidos pela prática turística. A produção do espaço pelo turismo interessa a ciência geográfica e justifica a realização de pesquisas embasadas nos conceitos espaciais. Assim, este artigo discute o turismo como prática espacial, tendo como dimensão empírica de análise o Parque Nacional do Iguaçu (PNI) em Foz do Iguaçu-PR. Da mesma forma, analisa o papel do atrativo Cataratas do Iguaçu, tendo em vista a sua condição pré-existente/natural, na indução dos fluxos de turistas e na promoção de benefícios socioeconômicos para a cidade. A metodologia consistiu na revisão sistemática da literatura, em plataformas acadêmicas on-line e livros, sendo o critério de busca, a abordagem geográfica do turismo na perspectiva da produção do espaço. Também foram utilizados dados secundários de visitação turística, do Produto Interno Bruto e de geração de empregos, obtidos em sites do governo, de instituições turísticas e durante pesquisa de campo realizada na cidade em janeiro de 2018. Os resultados demonstram a relevância do Parque e das Cataratas como os principais elementos formadores do espaço turístico local. Do mesmo modo, foi constatada a contribuição dos investimentos em infraestruturas para promover o destino no segmento de ecoturismo em escala mundial, atraindo mais fluxos de visitantes, deflagrando impactos positivos no PIB setorial, gerando emprego e renda para a população.

Palavras-chave: Turismo, Espaço Turístico, Unidades de Conservação da Natureza, Cataratas do Iguaçu.

Abstract

The tourism is conditioned by the existence of spatial elements that may be appropriate or produced by tourist practice. The production of space by tourism interests geographic science and justifies research based on spatial concepts. Therefore, this article discusses tourism as a space practice, having as an empirical dimension of analysis the Iguaçu National Park in Foz do Iguaçu-PR (Brazil). Similarly, it analyses the role of the attractive Iguaçu Falls, considering its pre-existing/natural condition, the induction of tourist flows and the promotion of socioeconomic benefits for the city. The methodological procedure consisted in the systematic review of the literature, in online academic platforms and books, being the criterion of search, the geographical approach of tourism in the perspective of the production of the space. Secondary data were used for tourist visitation, Gross Domestic Product and job generation, obtained from government websites, tourist institutions and during a field survey held in the city in January 2018. The results demonstrate the relevance of the Park and the Falls as the main formative elements of the local tourist space. Likewise, the contribution of investments in infrastructure to promote the destination

in the ecotourism segment on a world scale, attracting more flows of visitors, provoking positive impacts on the sectoral GDP, generating employment and income for the population was verified.

Keywords: Tourism, Tourist Space, Conservation Units, Iguazu Falls.

1. INTRODUÇÃO

O turismo emerge em meio às transformações sociais, econômicas e políticas decorrentes da evolução do capitalismo, no contexto da revolução industrial. Originalmente associado às elites, a prática turística somente passou a fenômeno de massa no período posterior à segunda grande guerra (CASTRO, 2006).

A partir de então, os esforços políticos englobando governo, iniciativa privada e trabalhadores, permitiram a reconstrução econômica europeia e promoveram um novo modo de vida, no qual são conquistados direitos como a diminuição das horas de trabalho, as férias remuneradas, a ampliação do tempo livre e a valorização do lazer como condição para a qualidade de vida (CASTRO, 2006; FERNANDES; COELHO, 2011; BRAMBATTI, 2015; GASPAR, 2015).

Outro fator que mudou a percepção do espaço geográfico e contribuiu para a popularização do turismo foi o desenvolvimento dos transportes, que diminuiu o tempo de deslocamento, “reduzindo” as distâncias e aproximando as pessoas e as suas diferentes culturas. Para Castro (2006), foram esses os principais elementos que somados as melhorias das condições sociais para determinadas classes, ampliaram a capacidade de consumo e criaram a necessidade básica das viagens, seja como forma de escapar do cotidiano estressante ou como demonstração de *status* social.

Logo, a análise desenvolvida neste artigo focaliza o espaço apropriado pelo turismo e produzido conforme as suas necessidades econômicas, políticas, culturais e sociais. É uma abordagem de interesse na medida que o turismo é uma prática que consome fundamentalmente o espaço, de modo que o utiliza, interfere, transforma e produz, a começar pelas características já existentes e pelas possíveis de serem criadas (RODRIGUES, 1992; CRUZ, 2001; ALVES; SALES, 2010).

Segundo Rodrigues (1992) é a intensa criação e recriação do espaço para atender às demandas turísticas, que justifica a análise dessa prática por parte da ciência geográfica, cujos parâmetros teóricos e metodológicos subscrevem-se em estudos sobre a produção do espaço.

De acordo com Moreira (2009), as práticas espaciais são aprimoradas no processo histórico para que a sociedade possa sistematizá-las em seu quadro de experiências, adquirindo os conhecimentos abstratos sobre elas e transformando-as em saberes espaciais. Esses saberes

colaboram para o conhecimento e o aumento da eficiência das práticas, fazendo com que elas sejam constantemente experienciadas no campo sensível e posteriormente, refletidas no campo intelectual.

São tratadas como práticas turísticas o conjunto de atividades estabelecidas entre os agentes produtores da dimensão turística do espaço - os turistas, o mercado, os planejadores e promotores territoriais com o meio, visando o pleno desenvolvimento da atividade (KNAFOU, 1996; MOREIRA, 2009).

Desse modo, o objetivo deste artigo é discutir o turismo como prática espacial, tendo como dimensão empírica de análise o Parque Nacional do Iguaçu (PNI) em Foz do Iguaçu-PR e seu principal atrativo turístico, as Cataratas do Iguaçu (Figura 1), analisando a sua capacidade na indução dos fluxos de visitantes para o município e na promoção de benefícios socioeconômicos.



Figura 1 - Vista parcial das Cataratas do Iguaçu no Parque Nacional do Iguaçu em janeiro de 2018.

Fonte: Trabalho de campo, 2018.

Foz do Iguaçu encontra-se nas coordenadas geográficas de 25° 32' 52" de latitude sul e 54° 35' 17" de longitude oeste, no extremo oeste no estado do Paraná, em uma área conhecida como Tríplice Fronteira, na qual o território brasileiro limita-se ao sul pela cidade argentina de Puerto Iguazú e a oeste pela Ciudad del Este, no Paraguai (IPARDES, 2018) (Figura 2).

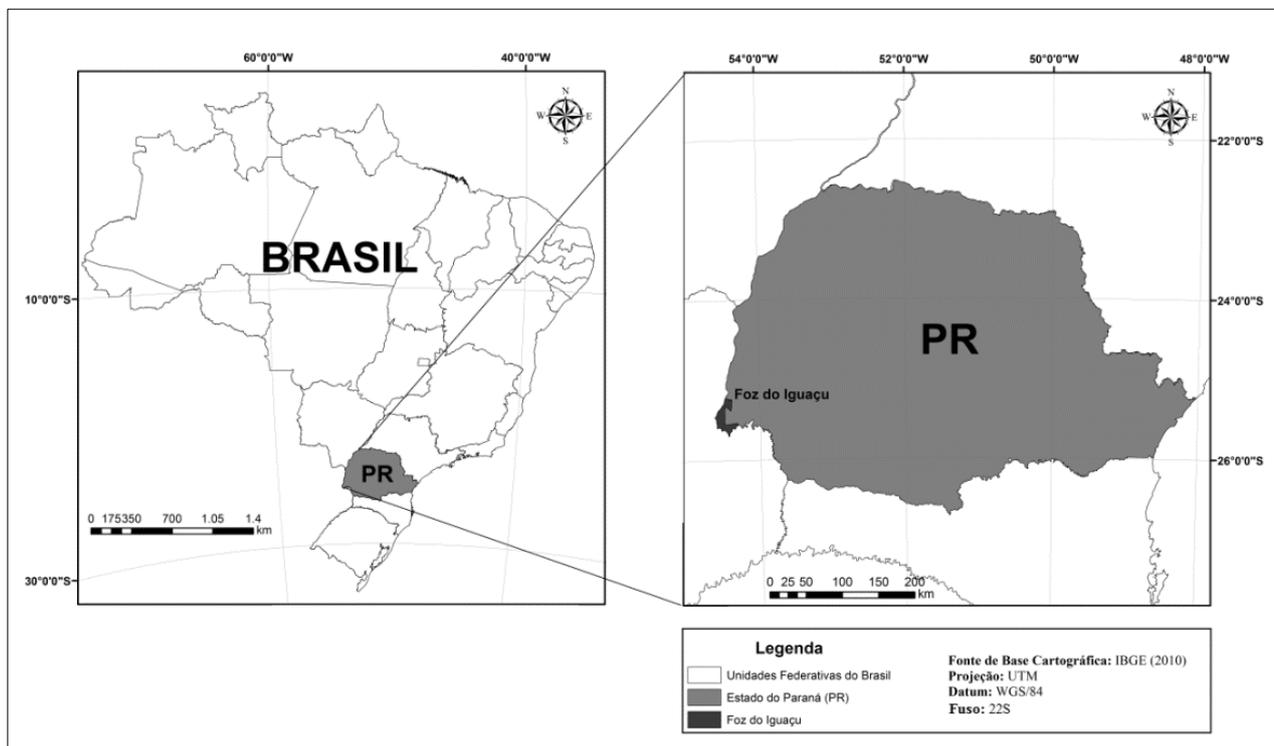


Figura 2 - Localização de Foz do Iguaçu no Brasil e no estado do Paraná.

Fonte: IBGE, 2010. Elaborado pelas autoras, 2019.

O PNI abrange cerca de 230 mil hectares de florestas e ocupa parcelas dos territórios dos municípios de Foz do Iguaçu, São Miguel do Iguaçu, Serranópolis do Iguaçu, Matelândia, Céu Azul e Capanema, preservando uma densa vegetação característica da Mata Atlântica e protegendo diversas espécies da fauna e flora, por meio dos chamados corredores de biodiversidade (ANA; SEMA, 2010).

O Parque está classificado como uma unidade de conservação da natureza de proteção integral e foi a primeira no Brasil a ser constituída como Sítio do Patrimônio Mundial Natural pela UNESCO, em 1986 (SALAMUNI et al., 2002).

Ademais, em 2011, as Cataratas do Iguaçu foram eleitas uma das sete maravilhas naturais do mundo moderno pela Fundação *New7wonders Foundation*, reforçando o seu papel no contexto do turismo mundial como um destino consolidado (*NEW7WONDERS OF NATURE*, 2015).

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a elaboração deste trabalho foi realizada revisão sistemática da literatura em livros, teses, dissertações e artigos, previamente selecionados em plataformas acadêmicas on-line (SciELO, portal de periódicos da CAPES e google acadêmico), sendo o critério de busca a abordagem geográfica do turismo na perspectiva da produção do espaço.

Os conceitos geográficos, como o espaço, são ferramentas eficazes para a compreensão da prática turística a partir de enfoques plurais e complementares das pesquisas de cunho econômico (PEARCE, 2003; ALVES; SALES, 2010).

Com o intuito de estruturar uma interpretação que dê conta dessa complementaridade, autores que tratam da teoria da produção do espaço geográfico e da apropriação dele pela prática turística foram consultados, como Smith (1988), Santos (1996), Suertegaray (2001), Moreira (2009), Rodrigues (1992), Knafou (1996), Cruz (2001), Anjos (2001), Rodrigues (1992), Bertin (2014), Silva (2015), dentre outros.

No processo analítico, são apresentados dados turísticos do Inventário Técnico de Estatísticas Turísticas 2017 elaborado pela Secretaria Municipal de Turismo (SMT), pela Diretoria de Desenvolvimento de Turismo (DDT) e pela Divisão de Planejamento e Estudos Turísticos (DPET) de Foz do Iguaçu. Este documento foi obtido durante o trabalho de campo realizado em janeiro de 2018.

Além disso, são incorporadas as informações encontradas no Ranking de Competitividade de Viagens e Turismo desenvolvido pelo Fórum Econômico Mundial (FEM, 2017)¹; no Índice de Competitividade do Turismo Nacional organizado pelo Ministério do Turismo (MTUR), em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e com a Fundação Getúlio Vargas (FGV) (2008 a 2015) e no Boletim de Inteligência Competitiva publicado pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR, 2017).

Outros dados considerados dizem respeito às contribuições do setor de serviços em Foz do Iguaçu para o PIB setorial – no qual o turismo está integrado, bem como na geração de empregos para a população local.

¹ *Travel & Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the Way for a More Sustainable & Inclusive Future*. Geneva, World Economic Forum, 2017. 387 p.

3. DO ESPAÇO GEOGRÁFICO AO ESPAÇO APROPRIADO E PRODUZIDO PELO TURISMO

Na geografia, a prática turística torna-se objeto de estudo importante por causa do seu caráter espacial, pois é no destino receptor – *in loco*, que se materializa a produção e o consumo turístico. Por isso, ganham destaque as pesquisas cuja finalidade é desvendar a complexidade que se forma em torno do espaço apropriado e produzido pelo turismo (REJOWSKI, 2001; CASTRO, 2006; ALBACH; GÂNDARA, 2011; BERTIN, 2014; SILVA, 2015).

De acordo com Santos (1996, p. 145), para compreender a essência do espaço geográfico é preciso reconhecer inicialmente que ele possui certa autonomia, “[...] manifestando-se por meio de leis próprias e específicas de sua própria evolução desigual, resultando na diferenciação espacial dos lugares”.

Para uma leitura do espaço geográfico, Suertegaray (2001) destaca a necessidade de compreendê-lo pela lente de outros conceitos como o de lugar, paisagem, território e ambiente. O espaço também seria formado por categorias analíticas: a natureza, a sociedade e o tempo e espaço, de modo que todas essas dimensões estariam contidas umas nas outras.

Tomando como referência a categoria natureza (uma das principais dimensões de atração no espaço turístico), a autora embasa a sua discussão no racionalismo científico, destacando a forma como essa corrente filosófica contribuiu para o surgimento da ideia de natureza, desvinculada de/ou externa aos humanos.

Assim, foi propagada na sociedade a concepção de natureza que pode ser dominada² pelo conhecimento. Apesar desse pensamento predominante, Smith (1988, p. 109) pondera que “a menos que o espaço seja conceituado como realidade completamente separada da natureza, a produção do espaço é um resultado lógico da produção da natureza”, não existindo relações de domínio entre essas dimensões.

Moreira (2009) pontua que o espaço é a sociedade e vice-versa, pelo simples fato de que os humanos produzem a sua existência produzindo o espaço. O espaço é a sociedade porque é condição de existência dos humanos na história. A categoria sociedade, portanto, é aquela que expressa a maneira pela qual as relações espaciais são temporalmente estabelecidas entre os distintos grupos sociais.

Nesta perspectiva, Suertegaray (2001) argumenta que o conceito de espaço geográfico pode ser interpretado como o resultado das relações instituídas entre os humanos, na medida que elas dão

² O “domínio” da primeira natureza pela segunda natureza não descreve a real relação entre ambas, já que a segunda natureza referir-se-ia ao campo das abstrações e a primeira à materialidade. O que existe, de fato, é a distinção dos modos como são produzidas. A segunda natureza seria produzida, ou seja, teria a sua forma alterada, por meio de leis abstratas, necessidades, forças e acidentes da sociedade capitalista (SMITH, 1988, p. 103).

significado e organizam os modos de vida e as suas formas de produção, tendo a natureza como recurso.

Já Smith (1988, p. 123) defende a unicidade do espaço-sociedade, descartando a ideia de que seriam reflexos um do outro porque para ele, só pode existir interação entre essas dimensões se primeiramente, forem definidas como entes separados. “É difícil começar a partir de uma concepção implicitamente dualista do espaço e da sociedade e concluir sua unidade”.

Com "a produção do espaço", a prática humana e o espaço são integrados no nível do "próprio" conceito de espaço. O espaço geográfico é visto como um produto social; nesta concepção, um espaço geográfico que é abstraído da sociedade torna-se uma "amputação" filosófica. Além disto, a relatividade do espaço não se torna uma questão filosófica, mas um produto da prática social e histórica; igualmente, a unicidade do espaço geográfico é um resultado social, mais do que filosófico. Enquanto a ênfase for colocada na produção física direta do espaço, a produção do espaço também implica na produção do significado, dos conceitos e da consciência do espaço que estão inseparavelmente ligados à sua produção física (SMITH, 1988, p. 123).

O autor afirma, ainda, que o espaço é produzido pela sociedade no momento que vivencia, atua e nele trabalha. Não se passa o contrário, como se tais práticas fossem realizadas em um espaço dado e separado da sociedade. O espaço, desse modo, só é inteligível quando se compreende a sociedade que o produziu. Para Santos (1996), esse é o mérito do conceito de espaço geográfico.

Santos (1978) tratou da unicidade do espaço geográfico articulando o conjunto forma, estrutura, função e processo como sustentáculo para a construção de uma base teórica e metodológica, com a finalidade de discutir os fenômenos espaciais em sua totalidade. Posteriormente, o filósofo propôs pensar o espaço geográfico como um “meio técnico-científico-informacional”, constituído por sistemas de objetos e de ações, de fixos e fluxos, dinamizado por categorias analíticas internas e processos externos³ (SANTOS, 1996).

Nesta teoria, a categoria técnica exerceria a centralidade sobre as demais, ao revelar o modo como a história tem sido construída ao longo do tempo. Para o autor, somente o fenômeno técnico em sua total abrangência, permitiria alcançar a noção de espaço geográfico, por causa do seu processo de existência. Os sistemas técnicos surgem em determinado momento, mantendo-se hegemônicos durante certo tempo, até que um novo sistema apareça e inicie outro ciclo. A análise do espaço geográfico como um sistema de objetos e sistemas de ações só pode ser entendida, como um sistema espaço-temporal (SANTOS, 1996).

Autores como Cruz (2001) e Rodrigues (2001) respaldam suas interpretações sobre o espaço turístico nas concepções supracitadas, considerando os centros emissores, de deslocamento e

³ As categorias analíticas internas seriam: paisagem, a configuração territorial, a divisão do trabalho, o espaço produzido ou produtivo, as rugosidades e as formas-conteúdo. Os processos externos seriam: a técnica, a ação, os objetos, a norma e os eventos, a universalidade e a particularidade, a totalidade e a totalização, a temporalização e a temporalidade, a idealização e a objetivação, os símbolos e a ideologia (SANTOS, 1996).

receptores, como os fixos não estáticos que compõem o sistema de objetos do turismo. Os objetos são as estruturas do *trade*, como as agências turísticas, lojas, rede hoteleira, hospitais, farmácias, modais de transporte, postos, supermercados e outros empreendimentos.

A comercialização, a demanda, o poder de decisão e a informação são os fluxos do sistema das ações turísticas, pré-determinadas pelas categorias analíticas internas do espaço turístico, quais sejam, a paisagem (na figura dos atrativos), a configuração territorial, as rugosidades e as formas-conteúdo. Juntos, os sistemas de objetos, de ações, de fixos e de fluxos, expressam as funcionalidades, as estruturações e os processos desse espaço produzido (RODRIGUES, 2001; CRUZ, 2001; ANJOS, 2001).

No que tange aos agentes produtores do espaço turístico, Knafou (1996) detalha quatro principais: os turistas, o mercado, os planejadores e os promotores territoriais.

O papel do turista é ser o grande consumidor do espaço e é para quem este é produzido. Não existe destino turístico sem a presença da demanda que se desloca até o local de interesse, no qual é consumido o produto turístico. Os índices de visitação, a título de explicação, são constantemente utilizados pelos planejadores e promotores do turismo, como informações pertinentes para demonstrar que a chegada dos visitantes, justifica a permanência do atrativo ou do destino na rota de visitação turística.

O mercado diz respeito aos grupos que gerenciam e coordenam a sazonalidade e o uso do espaço turístico, atuando de inúmeras formas, instituindo estratégias para controlar os preços das passagens aéreas, das diárias dos meios de hospedagens e dos serviços de alimentação, por exemplo. Também interferem na estruturação dos pacotes de viagens, padronizando o perfil desejado de turista para cada destino, especificamente.

Já os planejadores e promotores territoriais são constituídos pelo poder público (órgãos, instituições, entidades oficiais e associações) e pela iniciativa privada (empreendimentos, bancos e grandes corporações), que numa ação articulada conseguem focalizar os investimentos para as áreas, destinos e atrativos de conveniência.

Silva (2015) salienta que o planejamento e o desenvolvimento do espaço para a prática turística dependem da existência de certos requisitos, como possuir um mínimo de infraestrutura de abastecimento e distribuição de água, gás, energia elétrica, rede telefônica, serviços de saneamento, transporte público, acessos e algum tipo de potencial para motivar os deslocamentos até aquele lugar.

Rodrigues (1992) explica que os elementos formadores do espaço turístico são os recursos naturais e criados, a demanda, os transportes, os serviços, a infraestrutura, os processos de promoção e comercialização e o sistema de informação e decisão.

Nesse sentido, pode haver os espaços efetivamente produzidos pelo e para o turismo, como Las Vegas nos Estados Unidos da América e Dubai nos Emirados Árabes. Neles, não havia os elementos básicos de atratividade para a prática turística. No entanto, ambos foram transformados pelos altos investimentos e recursos financeiros, que os dotaram da infraestrutura necessária à atividade e que posteriormente, possibilitaram que eles fossem amplamente divulgados para os diversos segmentos do mercado consumidor (RODRIGUES, 1992).

Por outro lado, há os espaços que apresentam uma vocação turística natural que é potencializada por meio de investimentos em diversos setores, notadamente em infraestrutura de uso turístico, para que o local obtenha mais atratividade e ofereça conforto ou diferenciais para os turistas. Os parques nacionais e zonas costeiras são exemplares dessa questão do atrativo como fator pré-existente à prática. Ou seja, são áreas onde o turismo é explorado, mas não foi a atividade que o produziu originalmente (RODRIGUES, 1992).

Determinados aspectos do processo de formação do PNI evidenciam que a existência de uma paisagem em particular, devido à presença das Cataratas, motivava a realização de viagens “turísticas” antes de as quedas serem consideradas um dos principais atrativos turísticos brasileiros, recebendo investimentos contínuos até o seu reconhecimento no cenário internacional.

A visitação em Foz do Iguaçu foi intensificada na década de 1920 com a inauguração da estrada que liga a cidade à Guarapuava. De acordo com Lima (2001), não há informações oficiais e sistematizadas sobre as características dos visitantes que estavam na cidade para conhecer as Cataratas, todavia, a época coincide com o registro da chegada dos primeiros imigrantes alemães, italianos e polacos, demonstrando a crescente movimentação de pessoas na cidade.

A importância das Cataratas do Iguaçu como patrimônio natural a ser preservado iniciou-se com a visita de Santos Dumont à região. Em 1916, quando conheceu o lugar e soube que as quedas estavam em território privado, ele engajou toda a sua autoridade e influência diplomática para transformá-las em patrimônio nacional. Os seus esforços foram formalizados com a publicação no Diário Oficial em 31 de julho de 1916, quando a área que abrange o PNI foi considerada de utilidade pública. Em 1939, o Governo Federal reforçou a sua relevância, transformando a área em Parque Nacional do Iguaçu (MARTINS; RUSCHMANN, 2010).

Outros acontecimentos marcam a história do PNI e da produção do espaço turístico em Foz do Iguaçu. Pode ser mencionada a Revolução de 1930, que possibilitou maior inserção econômica, política e social do estado do Paraná, na figura do general Mário Tourinho. Sua atuação junto ao Governo Federal foi estratégica para a nacionalização da fronteira e no movimento de marcha para o oeste. Segundo Steca e Flores (2002), o general instituiu o uso da língua portuguesa e da moeda nacional como símbolos obrigatórios nas transações comerciais e públicas, além de nacionalizar latifúndios.

A inauguração do primeiro Campo de Pousos da cidade em 1935 também foi importante, especialmente para a chegada dos primeiros agricultores oriundos do Rio Grande do Sul, que iniciaram uma nova fase de ocupação e expansão das fronteiras, fundando pequenas cidades e instalando a agricultura na economia da região. O sistema viário e aéreo dinamizou a economia local ao favorecer a comercialização do excedente agrícola. A demanda por bens e serviços aumentou e repercutiu no crescimento do número de estabelecimentos comerciais. Toda essa infraestrutura passou a servir de apoio aos viajantes, turistas e comerciantes que tinham negócios com o Paraguai e/ou a Argentina (MARTINS; RUSCHMANN, 2010).

A inauguração da Ponte Internacional da Amizade em 1965 pelos Presidentes Castelo Branco do Brasil e Alfredo Stroessner do Paraguai merece atenção. A ponte que liga Foz do Iguaçu à Ciudad del Este, permitiu maior movimentação de pessoas e da economia na área da fronteira, beneficiando ambos os países.

Com a prática turística já consolidada em Foz do Iguaçu, podem ser citadas a criação da taxa de turismo em 1957 pela Lei municipal nº 177; a criação do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) em 30 de maio de 1960; a conclusão da rodovia BR-277 em 1969; a integração do município ao Sistema Estadual de Telecomunicação; a construção do Aeroporto Internacional; e o desmembramento dos distritos de Matelândia e Medianeira em 1960 e de São Miguel do Iguaçu em 1961, que cria novas dinâmicas comerciais, políticas, sociais e turísticas na cidade e no seu entorno, influenciando o desenvolvimento do turismo local (MARTINS; RUSCHMANN, 2010).

Outro aspecto fundamental é a associação entre a gestão pública e privada dos serviços turísticos ofertados no PNI. A abertura do Parque para a terceirização se deu em meados dos anos 1990, quando foram iniciadas as obras para a sua revitalização. Atualmente, as empresas que possuem concessões ativas são: Belmond Brasil Hotéis S/A; Cataratas do Iguaçu S.A.; Ilha do Sol Agência de Viagens Ltda. (esta empresa administra duas concessionárias dentro do Parque - a Macuco Safári e a Macuco Ecoaventura, que operam com contrato separado); e a Helisul Taxi Aéreo Ltda. (MIGLIORINI; BIESEK, 2015).

A terceirização pode acarretar benefícios, tais como a qualificação do atendimento ao visitante, melhorias em infraestrutura básica e de apoio, modernização dos sistemas de atendimento e gestão com base nas inovações tecnológicas e de comunicação, além da possível implementação de novas atrações devido à flexibilidade dos recursos. Por outro lado, é imprescindível que os contratos de concessão sejam bem elaborados, cumprindo o que se encontra estabelecido no plano de manejo da unidade de conservação e na lei, obedecendo padrões de qualidade que consideram as características e necessidades da área protegida e da comunidade local (WEARING; NEIL, 2001; RUDZEWICZ, 2006; GORINI; MENDES; CARVALHO, 2006).

O Parque Nacional do Iguaçu é uma das primeiras unidades de conservação brasileiras, cuja gestão dos serviços turísticos é de responsabilidade pública e privada.

Diante do que foi discutido, nota-se que a produção do espaço turístico em Foz do Iguaçu foi e tem sido influenciada por processos de ordem histórica, que hoje obedece ao contexto da mundialização da economia, dos avanços tecnológicos na informação/comunicação/transportes e da integração sociocultural em diferentes partes do mundo. Nesse sentido, toda investigação que pretende compreender a dimensão espacial do turismo requer uma análise em processo, pois trata-se de uma prática dinamizada por fases de estabilidade e instabilidade, de pequenas mudanças ou de rupturas, de pouca transformação ou de transformações completas, tudo isso em correspondência com as lógicas externas estabelecidas entre o local e o global.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Um conjunto expressivo de pesquisas demonstram há algumas décadas, a interferência do turismo na circulação de bens, serviços e pessoas ao redor do mundo. Esses fluxos são interessantes, sobretudo quando se busca analisar os efeitos da prática turística sobre o espaço geográfico.

As informações do FEM (2017) apresentadas no Relatório de Competitividade de Viagens e Turismo (T&T) mostram que em 2016, apesar de toda a imprevisibilidade que regia o mercado - devido aos ataques terroristas, instabilidade política e financeira, pandemias e desastres naturais, o turismo continuava a demonstrar sua potencialidade e capacidade de recuperação.

Em 2016, o setor de Viagens e Turismo contribuiu com um crescimento direto do PIB mundial em 3,1%, movimentou US\$ 7,6 trilhões na economia global, gerando 292 milhões de empregos indiretos e induzidos. Isto é, um a cada dez empregos no mundo⁴.

Em termos de Brasil, T&T empregou diretamente 2 milhões e 500 mil pessoas. Nos próximos dez anos, as estimativas apontam que o país pode obter um crescimento anual de empregos na ordem de 2,4% no segmento, chegando em 2027 a representar 3,2% do total de empregos gerados em âmbito nacional (FEM, 2017).

Os dados reforçam a questão dos benefícios econômicos, pois são os primeiros indicativos de que o turismo poderá influenciar positivamente em outras dimensões da sociedade. Porém, os impactos podem ser tanto positivos quanto negativos (Quadro 1).

⁴ Estima-se que um novo emprego seja criado com a chegada de 30 novos turistas em um destino (FEM, 2017).

Quadro 1 - Possíveis impactos advindos do desenvolvimento turístico em uma localidade

Dimensão	Impactos positivos	Impactos negativos
Econômica	Geração de empregos; geração de renda; aumento da arrecadação de impostos; criação e desenvolvimento de novos empreendimentos; diversificação da economia; maior distribuição e circulação de renda; aumento da renda "per capita"; expansão das oportunidades locais; atração de investimentos diversificados; incentivos econômicos para empreendimentos turísticos;	Especulação imobiliária; aumento da economia informal; aumento do custo de vida; inflação; privilégio de benefícios econômicos.
Social	Diminuição do índice de desemprego; melhoria e desenvolvimento da infraestrutura; capacitação da mão de obra; aumento da mão de obra especializada; melhoria da qualidade de vida (escola, saúde, saneamento básico, lazer, segurança); incremento da qualidade de prestação de serviços; integração e desenvolvimento regional (circuito turístico);	Imigração desordenada; aumento da prostituição; tráfico de drogas; acúmulo de lixo urbano e rural; aumento da poluição, congestionamento, e tráfego urbano; exploração do turista; crescimento desordenado e desequilíbrio; aumento da criminalidade e do vandalismo; desconforto da população local; evasão da população local; rejeição do turista pelos residentes; desagregação familiar; doenças; aumento da população sazonal; problemas de infra - estrutura básica.
Cultural	Valorização do artesanato; valorização da herança cultural; valorização e preservação do patrimônio histórico;	Descaracterização do artesanato; vulgarização das manifestações tradicionais; arrogância cultural externa; destruição do patrimônio histórico.
Ambiental	Utilização mais racional dos espaços e valorização do convívio direto com a natureza; criação de planos e programas de conservação e preservação de áreas naturais, de sítios arqueológicos e, ainda, de monumentos históricos; investimento dos empreendedores turísticos em iniciativas preservacionistas, para manter a qualidade e consequente atratividade dos recursos naturais e socioculturais; promoção da descoberta e da acessibilidade de certos aspectos naturais em regiões não valorizadas, a fim de desenvolver o seu conhecimento por meio de programas especiais (ecoturismo); implantação de equipamentos e outras medidas preservacionistas a partir da renda da atividade, tanto indireta (impostos) quanto direta (taxas, ingressos);	Ocupação e destruição de áreas naturais que se tornam urbanizadas e poluídas pela presença e pelo tráfego intenso de turistas; poluição visual provocada pela construção de equipamentos turísticos modificando o meio, e descaracterizando a paisagem; poluição da água provocada por descarga de águas servidas in natura, falta ou mau funcionamento dos sistemas de tratamento e descargas de esgotos; poluição sonora; destruição da fauna e da flora, dentre outras.

Fonte: Ferreira (2005, p. 2-5). Elaborado pelas autoras, 2019.

De acordo com Rodrigues (1992), Cruz (2001) e Castrogiovanni (2000), os planejadores e promotores do turismo aproveitam-se das características pré-existentes no espaço (rugosidades), ao mesmo tempo que introduzem novos objetos capazes de auxiliarem e possibilitarem o seu pleno desenvolvimento. Ao considerar essa dinâmica, todo espaço pode ser apropriado e produzido pela prática turística tornando-se atraente para um mercado consumidor.

Em Foz do Iguaçu, a condição natural do PNI foi satisfatoriamente aproveitada para que a cidade fosse elevada ao patamar de um dos melhores destinos de ecoturismo do Brasil, ocupando a terceira posição no ranking de destinos mais visitados pelos turistas estrangeiros.

Carvalho, Stamm, Lima (2003) e Henz, Gonçalves (2016) afirmam que a cidade teve sua ascensão influenciada pela criação do Parque (Decreto nº 1.035 de 1939) e pela implantação da

usina hidrelétrica Binacional de Itaipu. Os autores reafirmam a importância das Cataratas do Iguçu, que é o principal atrativo turístico na cidade e região.

A atratividade das Cataratas do Iguçu reflete nos dados levantados sobre a movimentação de turistas no Parque. No período entre 1983 e 2016 o número total de visitantes foi expressivo, com algumas peculiaridades. Por exemplo, de 2003 a 2009 as taxas registradas de turistas estrangeiros estiveram mais altas do que as dos próprios turistas brasileiros (Figura 3).

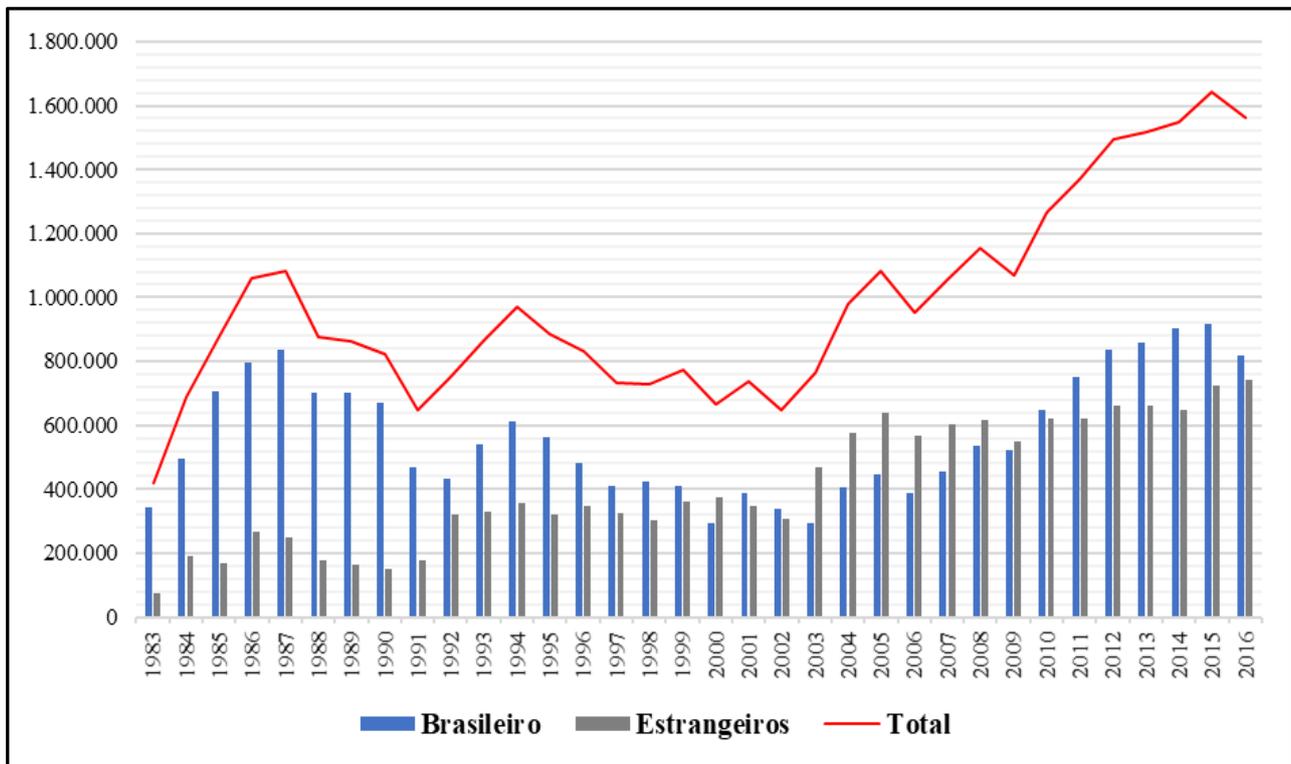


Figura 3 - Gráfico da taxa de visitação no Parque Nacional do Iguçu-PR – 1983 a 2016.
Fonte: IBAMA; ICMBio, 2017. Elaborado pelas autoras, 2019.

Os estrangeiros que mais visitaram o PNI são oriundos de países como a Argentina, Paraguai, França, Estados Unidos, Alemanha, Espanha, Inglaterra, Itália, China, Uruguai, Japão e Chile (Figura 4).

A Argentina e Paraguai ocupam a primeira e segunda posição, respectivamente, por causa da proximidade física entre esses países e Foz do Iguçu. Segundo, porque na fronteira existe uma dinâmica comercial muito forte. No Paraguai, a Ciudad del Este exerce atratividade devido ao setor de compras. Puerto Iguazú na Argentina destaca-se no que diz respeito aos aspectos culturais, gastronômicos e ambiental, com as Cataratas del Iguazú localizadas no Parque Nacional del Iguazú. Assim como no Brasil, o lado argentino atrai inúmeros turistas durante todo o ano (BERTIN, 2014).

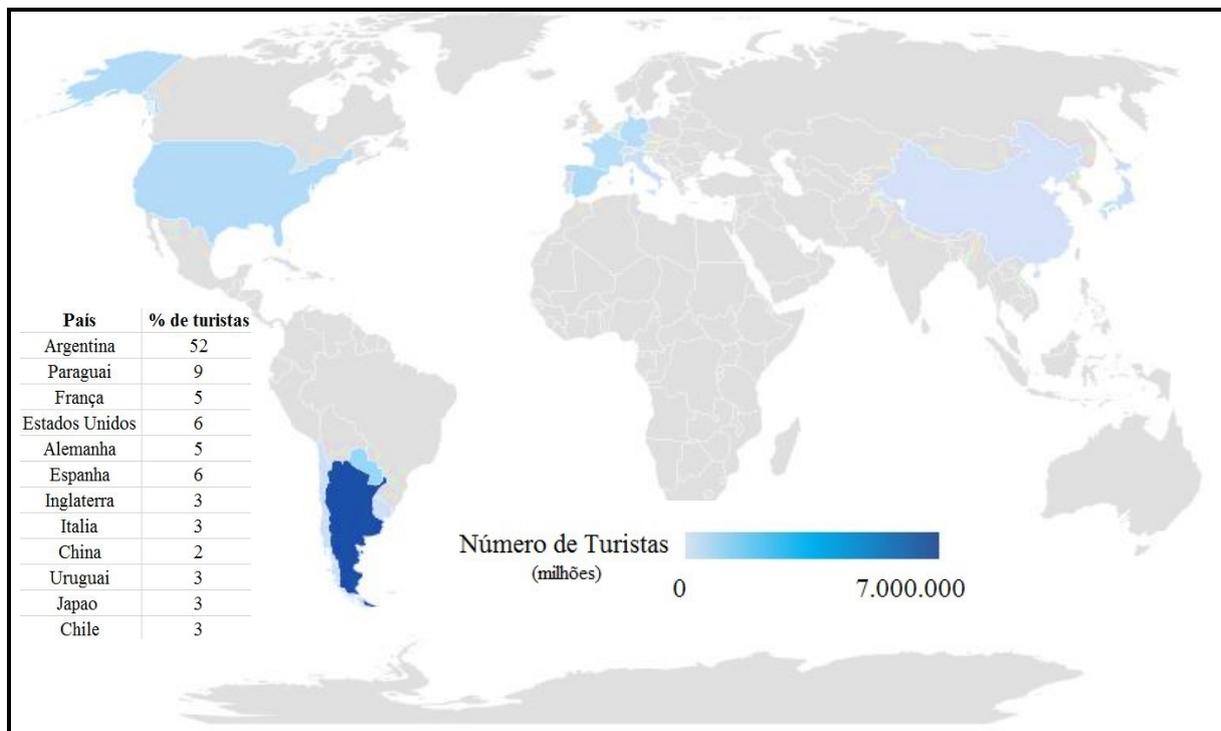


Figura 4 - Espacialização dos principais polos emissores de turistas estrangeiros para o PNI – 1983 a 2016.

Fonte: Ibama e ICMBio, 2017. Elaborado pelas autoras, 2019.

Foz do Iguazu é bastante competitiva como destino de ecoturismo. O ecoturismo compreende um segmento com foco no uso sustentável do patrimônio natural e cultural, que incentiva a sua conservação por meio das ações de educação ambiental e do envolvimento das comunidades locais (CAMARGO, 2005; DIAS, 2004; BRASIL, 2008).

A cidade é uma escolha dos turistas estrangeiros por ser exatamente o tipo de destino que eles buscam quando optam por viajar pelo Brasil. No Ranking de Competitividade do Turismo apresentado pelo FEM (2017)⁵, os aspectos naturais e ambientais encontram-se em evidência nos destinos visitados no país.

As informações⁶ do Boletim de Inteligência Competitiva (EMBRATUR, 2017) corroboram essas afirmações. A pesquisa, que analisa o perfil e a percepção de turistas dos vinte países polos emissores para o Brasil⁷, indica os segmentos “Sol e Praia” e “Ecoturismo e Turismo de Aventura” como os mais expressivos na oferta brasileira.

Os turistas constantemente mencionaram as praias, as belezas naturais e o clima agradável como os elementos mais positivos nos destinos visitados. A opção pelas belezas naturais também é padrão na escolha do turista brasileiro (EMBRATUR, 2017).

⁵ O estudo avaliou o potencial para a geração de benefícios econômicos e sociais por meio do desenvolvimento sustentável do setor de Viagens e Turismo em 136 países no mundo. O Brasil ocupa a 27ª posição geral.

⁶ Dados referentes ao ano de 2016.

⁷ Argentina, Estados Unidos, Paraguai, Chile, Uruguai, França, Alemanha, Reino Unido, Itália, Portugal, Espanha, Bolívia, Colômbia, Peru, México, Venezuela, Japão, Holanda e Suíça.

Pode-se dizer que a escolha dos destinos alternativos reflete a tendência global. De acordo com *The International Ecotourism Society* (TIES, 2006), o ecoturismo é o segmento que mais cresce no mundo. Esse crescimento está relacionado ao aumento da consciência ambiental dos turistas que nas últimas décadas do século XX, passaram a se relacionar de forma diferente com o local visitado, buscando ambientes naturais conservados e maior envolvimento com as comunidades receptoras.

O Brasil tem na criação do Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC) - Lei nº 9.985 de 2000, um marco legislativo no que tange à preservação e conservação dos recursos naturais relevantes no território brasileiro. As unidades de conservação da natureza (UCs), são elementares no desenvolvimento do ecoturismo no país, sendo elas os principais espaços turísticos desse segmento (DRUMMOND, 1997).

As UCs de proteção integral como os Parques Nacionais têm como objetivo a preservação de ecossistemas de grande relevância ecológica e beleza cênica, possibilitando a realização de pesquisas científicas e o desenvolvimento de atividades de educação e interpretação ambiental, de recreação em contato com a natureza e de turismo ecológico (BRASIL, 2000).

No PNI são oferecidos diversos passeios aos turistas em contato com a natureza, como o rapel, caminhada em trilhas, arvorismo, *rafting*, escalada e outros. Entretanto, a principal atração é a contemplação das quedas das Cataratas, realizada nos diversos mirantes existentes. Assim, compreende-se o fato que no Índice de Competitividade do Turismo Nacional⁸, o quesito “Atrativos Turísticos” foi o aspecto mais bem avaliado na cidade. As possíveis contribuições a este desempenho favorável são:

A existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, dentre os quais se destacam as Cataratas do Iguaçu/PNI, o Parque das Aves e o Lago de Itaipu. Do mesmo modo, são evidentes as medidas de conservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado – o PNI (FGV; MTUR; SEBRAE, 2015).

A manutenção da estrutura física disponível no Parque, que dispõe de centro de visitantes, restaurantes, lojas, sinalização interpretativa e indicativa (inclusive em idiomas estrangeiros), internet e banheiros. Além disso, há a adoção de quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, facilitando o acesso à plataforma de contemplação das Cataratas (FGV; MTUR; SEBRAE, 2015).

A presença de atrativos culturais - Ecomuseu, a Mesquita Sunita e o Templo Budista, assim como a estrutura física no Centro de Convenções do *Rafain Palace Hotel*, local onde acontece o Festival de Turismo das Cataratas. Outro ponto é a existência de sinalização de trânsito viária,

⁸ Estudo que avalia a competitividade dos destinos brasileiros, a partir da sua capacidade crescente de gerar negócios nas atividades relacionadas ao setor, de maneira sustentável e propiciando ao turista uma experiência positiva.

sinalização turística viária e pavimentação adequada nas vias de acesso aos atrativos indicados, dentre outras benfeitorias (FGV; MTUR; SEBRAE, 2015).

Apesar da sua importância como destino consolidado de ecoturismo, a prática turística em Foz do Iguaçu não é a que mais gera riquezas no município. Analisando o PIB setorial da cidade nos últimos dezessete anos (Figura 5), visualiza-se que a indústria representa a maior parcela do PIB, especialmente por causa da Usina de Itaipu. O setor de serviços, do qual o turismo faz parte, tem papel relevante e ocupa a segunda posição em contribuições (IBGE, 2015).

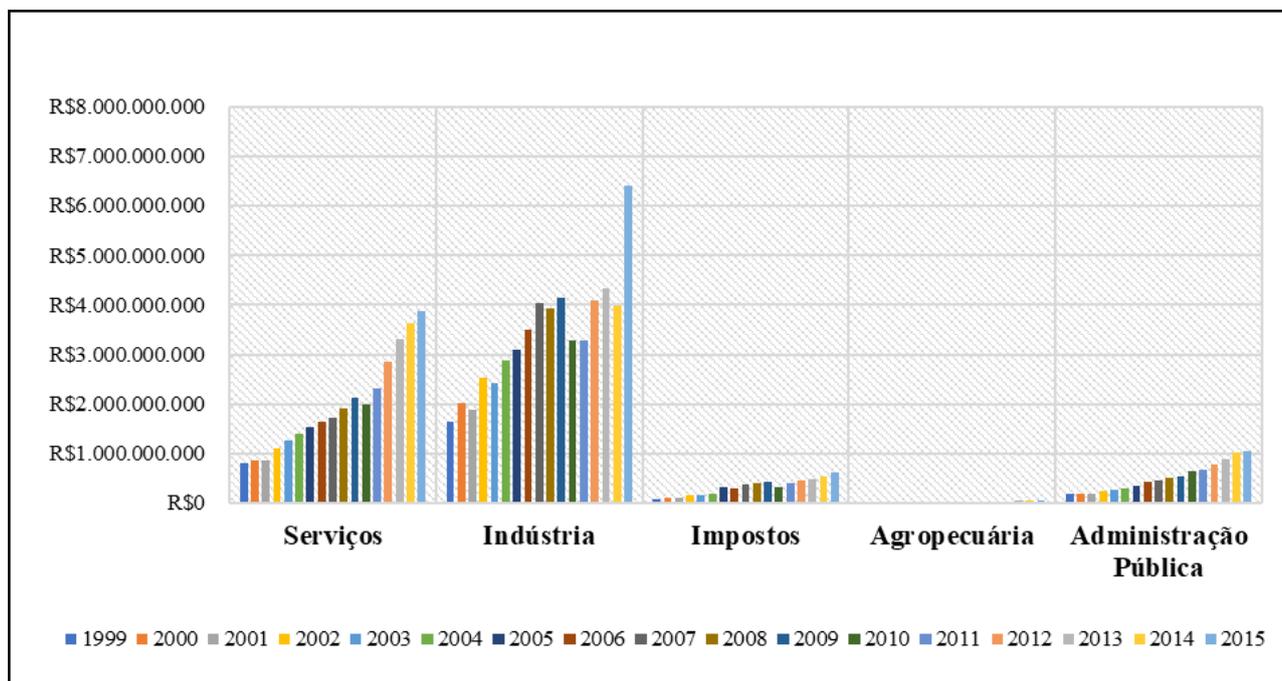


Figura 5 - Gráfico do valor adicionado bruto por atividade econômica no PIB de Foz do Iguaçu-PR – 1999 a 2015⁹

Fonte: IBGE, 2015. Elaborado pelas autoras, 2019.

Por outro lado, os números do Iparades referentes ao ano de 2016 indicam que o setor de serviços é aquele que emprega a maior parcela da população local (Figura 6).

Setor	Participação (%)
Indústria	6
Construção Civil	3,5
Comércio	30
Serviços	60
Agropecuária	0,5
Total	100

Figura 6 – Tabela do número de empregos em Foz do Iguaçu-PR segundo as atividades econômicas – 2016.

Fonte: Iparades, 2018, p. 21. Elaborado pelas autoras, 2019.

⁹ Disponível em: <<http://www.deepask.com/goes?page=foz-do-iguacu/PR-Confira-o-PIB---Produto-Interno-Bruto---no-seu-municipio>>. Acesso em: 19 set. 2018.

Em Foz do Iguaçu, esse padrão foi constatado por Carvalheiro, Stamm e Lima (2003) com base em dados de 2000. Os autores verificaram a relação direta existente entre o turismo e a renda da população, confirmando que se trata de uma atividade bastante vinculada ao desenvolvimento econômico e social da cidade.

A geração de empregos pelo turismo é um dos impactos mais positivos dessa prática porque aumenta a renda dos que atuam no mercado profissional, via entrada e redistribuição de divisas e conseqüentemente, contribui para melhorar a qualidade de vida da comunidade receptora (ANJOS; RUIZ, 2012).

Apesar de não empregar o maior contingente populacional, a Usina de Itaipu complementa e qualifica a oferta turística em Foz do Iguaçu, sendo ela mesma um outro atrativo turístico. A existência da Usina representa investimentos e melhoramentos na infraestrutura urbana que são aproveitados pelo e para o turismo. O rearranjo econômico e político provocado pela construção da hidrelétrica resultou no pagamento de *royalties*¹⁰ como incremento econômico, a partir de 1991 (ITAIPU, 2018; RIBEIRO, 2002; CONTE, 2013).

A distribuição de *royalties* é proporcional à área alagada dos municípios, com percentuais definidos pela Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) e serão pagos até o ano de 2023 para o Governo do Paraná e os quinze municípios¹¹ que fazem divisa com o reservatório de Itaipu (ITAIPU, 2018; RIBEIRO, 2002).

Desde 1985 até junho de 2018, foram pagos ao Brasil mais de US\$ 2,88 bilhões em *royalties*. No repasse mais recente, realizado em junho de 2018, a Itaipu efetuou um pagamento no valor de US\$ 10,8 milhões ao Tesouro Nacional, do qual Foz do Iguaçu recebeu a quantia de US\$ 796,8 mil, perfazendo um total acumulado até junho de 2018, no valor de US\$ 373,5 milhões (ITAIPU, 2018).

Na cidade, a aplicação de *royalties* está prevista para sua total aplicação em projetos de desenvolvimento locais. Essa informação é interessante, pois o planejamento estratégico e responsável do turismo é considerado o caminho mais viável para valorizar os elementos ambientais e culturais em uma localidade que tem na atividade, uma de suas bases econômicas (SWARBROOKE, 2000a; 2000b; 2003).

Esses benefícios, todavia, somente são conquistados com a correta gestão e articulação dos planos, projetos e práticas turísticas que são viabilizados pelos agentes públicos e privados. É

¹⁰ Lei nº 7.990, de 28 de dezembro de 1989.

¹¹ No Paraná, os municípios que têm direito aos *royalties* são: Santa Helena, Itaipulândia, Diamante D'Oeste, Foz do Iguaçu, Entre Rios do Oeste, Guaíra, Marechal Cândido Rondon, Medianeira, Mercedes, Missal, Pato Bragado, São José das Palmeiras, São Miguel do Iguaçu, Santa Terezinha de Itaipu e Terra Roxa. Também tem direito ao benefício o município de Mundo Novo, no Mato Grosso do Sul (ITAIPU, 2018).

necessária coerência entre as reais demandas da comunidade receptora com àquelas dos turistas (SWARBROOKE, 2000a; 2000b; 2003).

Os resultados apresentados sobre Foz do Iguaçu demonstram a articulação do turismo a um conjunto diverso de elementos propulsores e formadores do espaço turístico, com destaque especial para o Parque Nacional do Iguaçu e seu principal atrativo, as Cataratas do Iguaçu.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo como prática espacial favorece processos e relações que se materializam no espaço turístico em determinada localidade. A produção do espaço por meio da apropriação da sua dimensão física, associada aos atrativos, à vocação natural e aos investimentos em infraestruturas urbanas têm proporcionado o crescimento do fluxo de visitantes brasileiros e estrangeiros para Foz do Iguaçu/PNI, incorporando benefícios para a cidade, como a contribuição no PIB setorial e a geração de emprego e renda para a população residente.

A interpretação dos resultados por meio dos conceitos geográficos e na perspectiva da produção do espaço foi considerada fundamental ao entendimento dos fenômenos e processos discutidos. A ciência geográfica sempre dialogou com outras áreas do conhecimento, seja para a proposição de debates, na construção das categorias analíticas, dos conceitos-chave, das metodologias de pesquisa, das teorias e aplicações.

Logo, o aporte teórico e epistemológico da geografia permitiu uma análise aproximativa em relação à complexidade inerente ao espaço apropriado e produzido em Foz do Iguaçu, tendo em vista as lógicas, interesses e demandas do turismo. Entretanto, essas reflexões carecem de maior delineamento por parte dos pesquisadores interessados na temática, especialmente porque o espaço turístico é um espaço em construção, isto é, em constante transformação.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao Ministério do Meio Ambiente e ao Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade, que autorizaram a realização da pesquisa científica de doutorado no Parque Nacional do Iguaçu. Do mesmo modo, à Secretaria Municipal de Turismo (SMT), Diretoria de Desenvolvimento de Turismo (DDT) e a Divisão de Planejamento e Estudos Turísticos (DPET) de Foz do Iguaçu por disponibilizar os dados solicitados.

REFERÊNCIAS

- ANA; SEMA. **Bacias Hidrográficas do Paraná**. PEREIRA, M. C. B.; SCROCCARO, J. L. (Org.). Curitiba - PR, 2010. Disponível em: <http://www.meioambiente.pr.gov.br/arquivos/File/corh/Revista_Bacias_Hidrograficas_do_Parana.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2018.
- ALBACH, V. M.; GÂNDARA, J. M. G. Existe uma geografia do turismo? **Revista Geográfica de América Central Número Especial EGAL**, Costa Rica, 2011. p. 1-16. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/266506725_EXISTE_UMA_GEOGRAFIA_DO_TURISMO>. Acesso em: 15 set. 2018.
- ALVES, F. D.; SALES, E. J. C. G. O Estudo do Turismo na Ciência Geográfica: Propostas Teórico- Metodológicas. In: VI SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL. SABERES E FAZERES NO TURISMO: INTERFACES, 2010. **Anais...** Caxias do Sul-RS: Universidade de Caxias do Sul, 2010, p. 1-11. Disponível em: <https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/01/O%20estudo%20do%20turismo%20na%20ciencia%20geografica%20propostas%20teorico.pdf>. Acesso em: 05 out. 2018.
- ANJOS, F. A. **O espaço turístico e seus elementos: reflexões epistemológicas**. Turismo: Visão e Ação, v. 4, n. 8, 2001, p. 127-131.
- ANJOS, A. A.; RUIZ, T. C. D. Planejamento e gestão no turismo – destino turístico de Foz do Iguaçu. In: VI FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU, 2012. **Anais...** Foz do Iguaçu-PR: Festival de Turismo do Iguaçu, 2012, p. 1-17. Disponível em: <<http://festivaldeturismodascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/1.-PLANEJAMENTO-E-GEST%C3%83O-NO-TURISMO-DESTINO-TUR%C3%8DSTICO-DE-FOZ-DO-IGUA%C3%87U.pdf>>. Acesso em: 16 abr. 2019.
- BRASIL. **Ecoturismo: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2008. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Livro_Ecoturismo.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2019.
- BRASIL **Lei nº 9.985, 18 de julho de 2000. Decreto nº 4.340, de 22 de agosto de 2002**. Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza – SNUC. 5. ed. aum. Brasília: MMA/SBF, 2000.
- BERTIN, M. **O ensino da geografia na tríplice fronteira (Puerto Iguazú/AR, Foz do Iguaçu/BR e Ciudad del Este/PY), e o turismo como possibilidade de reflexão das representações sociais e espaciais**. 2014, 209 f. Tese (Doutorado em Geografia). Instituto de Geociências da Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre-RS, 2014.
- BRAMBATTI, L. E. O turismo como mercadoria no capitalismo avançado: uma análise conceitual. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO - ANPTUR, 2015, 12. Ed. **Anais...** Natal-RN: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2015, p. 1-12. Disponível em: <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/43.pdf>>. Acesso em: 17 abr. 2019.
- CAMARGO, A. L. B. **Desenvolvimento Sustentável: Dimensões e Desafios**. Campinas-SP: Paprus, 2005. 160 p.
- CARVALHEIRO, E. M.; STAMM, C.; LIMA, J. F. A análise da movimentação turística no município de Foz do Iguaçu (PR) – 1983 a 2000. **Informe Gepec**. Toledo-PR, v. 7, n. 2, 2003, p. 1-

20. Disponível em: <e-revista.unioeste.br/index.php/gepec/article/view/295>. Acesso em: 18 abr. 2019.

CASTRO, N. A. **O Lugar do Turismo na Ciência Geográfica: Contribuições Teórico- Metodológicas à Ação Educação**. 2006. 311 f. Tese (Doutorado em Geografia Física) – Departamento da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2006.

CASTROGIOVANNI, A. C. (Org.). **Turismo Urbano**. São Paulo: Contexto, 2000. 112 p.

CONTE, C. H. O turismo de Foz do Iguaçu (Paraná, Brasil) e sua inserção dentro da rede internacional de cidades. **Turismo & Sociedade**. v. 6, n. 2. Curitiba-PR, 2013. p. 408-423. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/29459>>. Acesso em: 18 abr. 2019.

CRUZ, R. C. A. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001. 126 p.

DIAS, G. F. **Ecopercepção: Um resumo didático dos desafios socioambientais**. São Paulo: Gaia, 2004. 72 p.

DRUMMOND, J. A. **O Sistema brasileiro de parques nacionais: análise de uma política ambiental**. Cadernos do CEG. n.1. Niterói: EDUFF, 1997.

EMBRATUR. O Perfil do Turista e a Imagem do Brasil. **Boletim de Inteligência Competitiva**. 3ª ed. Brasília, 2017. Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/galerias/Downloads/Boletim-de-Inteligencia-Competitiva-2017.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

FERNANDES, P. I.; COELHO, F. M. **Economia do Turismo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2ª ed., 2011. 230 p.

FERREIRA, S. G. **Os impactos do turismo nas pequenas cidades: Um estudo em Itapeçerica – MG**. 2005. 92 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal de Lavras: UFLA, 2005.

FGV; MTUR; SEBRAE. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Relatório Brasil 2015**. BARBOSA, L. G. M. (Coord.). Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2015. 84 p. Disponível em: <http://belohorizonte.mg.gov.br/sites/belohorizonte.pbh.gov.br/files/anexos/belotur/relatorio_brasil_2015_65_destinos_intutores.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2018.

FEM. **Relatório de Competitividade de Viagens e Turismo 2017: Abrindo o caminho para um futuro mais sustentável e inclusivo**, 2017. 400 p. Disponível em: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2019.

GASPAR, R. C. A trajetória da economia mundial: da recuperação do pós-guerra aos desafios contemporâneos. **Cadernos Metrópole**. v. 17, n.33, São Paulo, 2015. p. 265-296. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cm/v17n33/2236-9996-cm-17-33-0265.pdf>>. Acesso em: 06 de fev. 2018.

GORINI, A. N. F.; MENDES, E. F.; CARVALHO, D. M. P. **Concessão de serviços e atrativos turísticos em áreas naturais protegidas: O caso do Parque Nacional do Iguaçu**. BNDES Setorial, n. 24, Rio de Janeiro-RJ, 2006, p. 171-210.

HENZ, A. P.; GONÇALVES, D. Análise das Políticas Públicas de Fomento para o Turismo em Foz do Iguaçu/PR. In: X FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU. 2016. **Anais...** Foz do Iguaçu-PR: Festival de Turismo do Iguaçu, 2016, p. 1-22. Disponível em:

- <<http://festivaldeturismodascataratas.com/wp-content/uploads/2017/04/4.-AN%C3%81LISE-DAS-POL%C3%8DTICAS-P%C3%9ABLICAS-DE-FOMENTO-PARA-O-TURISMO-EM-FOZ-DO-IGUA%C3%87U-PR.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2018.
- IBGE. **Foz do Iguaçu**. Cidades. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/foz-do-iguacu/panorama>>. Acesso em: 04 abr. 2019.
- IPARDES. **Caderno Estatístico**: Município de Foz do Iguaçu, 2018. Disponível em: <www.ipardes.gov.br/cadernos/MontaCadPdf1.php?Municipio=85850>. Acesso em: 19 set. 2018.
- ITAIPU. **Royalties**. Disponível em: <<https://www.itaipu.gov.br/responsabilidade/royalties>>. Acesso em: 27 jun. 2018.
- KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e Geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1996, p. 62-74.
- LIMA, P. **Foz do Iguaçu e sua História**. Foz do Iguaçu - Paraná: Copyright, 2001.
- MARTINS, L. R. M.; RUSCHMANN, D. V. M. Desenvolvimento histórico turístico, estudo de caso: Foz do Iguaçu – PR. In: VI SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL. SABERES E FAZERES NO TURISMO: INTERFACES. 2010. **Anais...** Caxias do Sul-RS: Universidade de Caixas do Sul, 2010, p. 1-15. Disponível em: <https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/05/Desenvolvimento%20Historico%20Turistico%20Estudo%20de%20Caso%20Foz%20do%20Iguacu.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2019.
- MIGLIORINI, S. M. S.; BIESEK, A. S. Parceria entre poder público e iniciativa privada na gestão de unidades de conservação ambiental. In: XI ENCONTRO NACIONAL DA ANPEGE, 2015. **Anais...** Presidente Prudente-SP: Faculdade de Ciências e Tecnologia da UNESP, 2015, p. 6561-6572. Disponível em: <<http://www.enanpege.ggf.br/2015/anais/arquivos/23/641.pdf>>. Acesso em: 22 mar. 2019.
- MOREIRA, R. **O que é a Geografia**. São Paulo, Ed. Brasiliense, 2009. 84 p.
- NEW7WONDERS FOUNDATION. **New7Wonders of Nature**. 2015. Disponível em: <<http://world.new7wonders.com/new7wonders-of-nature/the-new7wonders-of-nature/>>. Acesso em: 28 nov. 2017.
- PEARCE, D. G. **Geografia do turismo**: fluxos e regiões no mercado de viagens. São Paulo: Aleph, 2003. 392 p.
- REJOWSKI, M. **Turismo e pesquisa científica**: Pensamento internacional x Situação brasileira. 5.ed. Campinas: Papirus, 2001. 167 p.
- RIBEIRO, M. F. B. **Memórias do Concreto**: vozes na construção de Itaipu. Cascavel: EDUNIOESTE, 2002. 116 p.
- RODRIGUES, A. B. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. 3ª ed. São Paulo: Hucitec, 2001. 158 p.
- RIBEIRO, M. F. B. Geografia e turismo: notas introdutórias. **Revista do Departamento de Geografia**. São Paulo: DG/FFLCH/USP, n. 6, 1992, p. 71-82. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rdg/article/view/47112/50833>>. Acesso em: 17 abr. 2019.

RUDZEWICZ, L. **Ecoturismo em Reservas Particulares do Patrimônio Natural e seu papel na conservação dos ecossistemas brasileiros**. 2006. 175p. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul-RS, 2006.

SALAMUNI, R.; SALAMUNI, E.; ROCHA, L. A.; ROCHA, A. L. Parque Nacional do Iguaçu, PR - Cataratas de fama mundial. In: SCHOBENHAUS, C. et al. (Ed.). **Sítios Geológicos e Paleontológicos do Brasil**. 1. ed. Brasília: DNPM/CPRM - Comissão Brasileira de Sítios Geológicos e Paleobiológicos (SIGEP), v. 01, 2002, p. 313-321. Disponível em: <<http://sigep.cprm.gov.br/sitio011/sitio011.pdf>>. Acesso em: 04 set. 2018.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo: razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996. 260 p.

SANTOS, M. **Por uma Geografia nova**. São Paulo: Hucitec-Edusp, 1978. 285 p.

SILVA, C. H. C. O Turismo e a Produção do Espaço: Perfil Geográfico de uma Prática Socioespacial. **Geografia Ensino & Pesquisa**, vol. 16, n. 2, 2015, p. 47-63. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/geografia/article/download/7334/4373>>. Acesso em: 17 abr. 2019.

SMITH, N. **Desenvolvimento desigual**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1988. 220 p.

SMT; DDT; DPET. **Inventário Técnico de Estatísticas Turísticas 2017**. Foz do Iguaçu-PR: SMT, 2017. 20 p.

STECA, L. C.; FLORES, M. D. **História do Paraná: do século XVI à década de 1950**. Londrina - Paraná: Ed. Uel, 2002. 206 p.

SUERTEGARAY, D. M. A. Espaço Geográfico Uno e Múltiplo. **Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**. nº 93. Universidad de Barcelona, 2001, p. 1-10.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental**. Tradução de Margarete Dias Pulido. 3 ed. São Paulo: Aleph, 2000a. 250 p.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável: setor público e cenários geográficos**. Tradução de Esther Eva Horovitz. São Paulo: Aleph, 2000b. 136 p.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética**. Tradução de Saulo Krieger. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2003. 240 p.

TIES. **Global Ecotourism Fact Sheet**. EUA: TIES, 2006, p. 1-6. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/file.PostFileLoader.html?id=588b6d97dc332df626666ab4&assetKey=AS%3A455170728435714%401485532566915>>. Acesso em: 17 abr. 2019.

WEARING, S.; NEIL, J. **Ecoturismo: impactos, potencialidades e possibilidades**. Barueri: Manole, 2001. 352 p.

Trabalho enviado em 23/01/2019
Trabalho aceito em 27/03/2019