

FALE COM A GENTE!

Editores Bruno Rios, Marcelo Luís, Rafael Motta e Ronaldo Abreu Vaio
E-mail cidades@atribuna.com.br
Telefone 2102-7157

DESTAQUE DO DIA

CIDADES

A união faz a força no Turismo

Autoridades do setor falam em ação metropolitana para divulgar a região e conseguir atrair visitantes o ano inteiro à Baixada Santista

MAURÍCIO MARTINS
DA REDAÇÃO

A Baixada Santista é rica em pontos históricos, culturais e áreas verdes preservadas. Ainda assim, a maior parte dos turistas associa a região somente ao sol e ao mar. É por esse motivo que no verão a população chega a triplicar e os hotéis ficam perto da lotação. Por outro lado, nos meses mais frios, o setor hoteleiro fica no marasmo, esperando a próxima temporada. A conclusão de pessoas da área, ouvidas por A Tribuna, é que falta maior divulgação e união entre as cidades.

O Governo do Estado lançou recentemente uma campanha de marketing: um vídeo divulgado nacionalmente que mostra atrativos em vários locais, incluindo a Baixada Santista. É um passo importante, mas que não consegue mostrar o potencial da região. O secretário de Turismo de Santos, Odair Gonzalez, diz não haver plano regional algum. Na opinião dele, a Agência Metropolitana da Baixada Santista (Agem) poderia ajudar nessa tarefa.

“Nem um selo metropolitano conseguimos implantar para fomentar o turismo regional. Fazer um circuito de fortes (militares) fica caro, um ônibus sai de R\$ 2 mil a R\$ 3 mil de uma cidade a outra. A região é metropolitana de direito, mas as ações são individuais”.

Ele pontua ações de Santos para atrair turistas fora do verão, como o Festival Santos Café, com a 5ª edição prevista para começar na sexta-feira e com término programado para o dia 9, no Centro Histórico.

“Meu sonho, mas que depende de recursos, é fazer parceria com uma rede de cinemas para divulgar nosso vídeo institucional antes de cada filme no Brasil”.

NA MINHA CIDADE
O secretário Turismo e Cultura de Guarujá, Marcelo



5º Festival Santos Café começará sexta-feira unindo atrações como música ao vivo a atividades no Museu do Café, referência no turismo santista



Roteiros pelo Centro Histórico de Santos com o apoio dos bondes turísticos atraem visitantes à região

Nicolau, afirma que a Cidade tem promovido eventos nas ruas para movimentar

o turismo e trabalhado na atração dos visitantes corporativos, que vêm a negócios.

Questionado sobre esforços regionais, o secretário desconversa. “A gente já di-

vulga bastante. Estamos movimentando a Cidade para baixar a sazonalidade”.

FERNANDA LUIZ - 4/1/16

ROGÉRIO SOARES - 7/1/17

DESABAFO

ALEXSANDER FERRAZ - 15/4/16

“Nem um selo metropolitano conseguimos implantar para fomentar turismo regional. A região é metropolitana de direito, mas as ações são individuais, ninguém pensa regionalmente”.

Odair Gonzalez

Secretário de Turismo de Santos

O secretário de Turismo de São Vicente, Henrique Marx, diz que há ações com objetivo de manter o turismo aquecido durante o inverno. “A ideia é sempre termos atrativos. Em breve, com a liberação do Pavilhão de Eventos do Parque Ecológico Engenheiro Tercio Garcia, a Cidade fará exposições e festas com potencial turístico”.

Bertioga afirma, em nota, que oferece opções de lazer, entretenimento, gastronomia e atividades o ano todo. No inverno, promove as festas gastronômicas da Tainha, em julho, e do Camarão na Moranga, em agosto, que atraem milhares de visitantes.

“Além disso, a Cidade está se tornando a capital do ecoturismo do Estado, com trilhas e atividades de turismo de aventura”, destaca a Prefeitura, em nota.

Esmeraldo Vicente dos Santos, secretário de Cultura e Turismo de Praia Grande, explica que as estações balneárias têm no verão seu foco turístico.

“Por isso, o investimento em todos os setores do Município fornece a base ao fomento de uma programação de baixa temporada. Realizamos a Vila Junina esse ano em formato diferente, atraindo visitantes de outros municípios”.

ECOLÓGICO
Na condição de Município de Interesse Turístico (MIT), Cubatão vem estruturando seu potencial para atrair visitantes, afirma Antônio Ribeiro, secretário municipal de Turismo. Ele destaca quatro projetos: restauração dos monumentos do Caminhos do Mar, reestruturação do Parque do Rio Perequê, concretização da rede cicloviária e regulamentação de três trilhas da Mata Atlântica: Rio Perequê, Passareúva e Itutinga-Piões. “O foco do turismo em Cubatão é ecológico”.

GARGALO

FOTOS IRANDY RIBAS - 4/6/18

“O grande gargalo hoje na operação de pacotes regionais é a falta do Selo Metropolitano da Baixada Santista, que dá livre acesso para as agências de turismo receptivo. Falta um planejamento estratégico”

Renato Marchesini
Bacharel em Turismo e pós-graduado em Ecoturismo

Divulgação conjunta racionaliza gastos

Divulgar uma região turística em conjunto tem mais força, fica mais barato e traz mais resultado. É o que diz o gestor de projetos da Caiçara Expedições Turismo Consciente, Renato Marchesini, que também é bacharel em Turismo e pós-graduado em Ecoturismo. Segundo ele, formatar um pacote em circuito para visitantes de longa permanência é o mais adequado.

“O grande gargalo hoje na operação de pacotes regionais é a falta do Selo Metropolitano da Baixada Santista, que dá livre acesso para as agências de turismo receptivo. É uma verdadeira jornada conseguir tais autorizações de circulação,

sendo muitas vezes até inviável devido às taxas cobradas”, detalha Marchesini. Para que o turismo regional seja referência o ano todo, o especialista afirma que planejamento é essencial por parte das autoridades. “Falta um planejamento estratégico. O plano diretor de turismo regional (PDTUR/BS) existente é o de 2002. Há necessidade urgente de revisão e atualização dele. Turismo é atividade estratégica. Desta forma, as secretarias municipais devem ter como secretários profissionais com formação em Turismo e experiência”. Marchesini acha que os atrativos regionais devem

ser melhor cuidados. Os municípios precisam ter, na visão dele, equipes especializadas e exclusivas para manutenção e zeladoria de áreas e equipamentos turísticos. “Hoje o visitante é de baixa permanência, com perfil de sol e praia. Devemos apostar em roteiros de longa permanência na região e com circuito turístico, diversificando o perfil e os produtos para os visitantes”.
CONSCIÊNCIA
Para o presidente do Santos Convention & Visitors Bureau, Leonardo Carvalho, falta o “despertar de uma consciência coletiva” na região. “Juntos, de ma-

neira sinérgica, integrada, podemos produzir muito mais do que de forma isolada. Precisamos do desenvolvimento da consciência empresarial na formatação de produtos, pensamento regional. E da integração das nove cidades”. Ele acha também que é preciso parceria com as grandes operadoras do País para divulgar a Baixada Santista nacional e internacionalmente. “Que elas possam vir à região e reconhecer todo nosso potencial turístico. Muito se fala em cruzeiros marítimos, em turismo de negócios e eventos, mas temos aqui um conjunto sensacional para desenvolver pacotes”.

CAMINHO

“Precisamos da integração das nove cidades. Muito se fala em cruzeiros marítimos, em turismo de negócios e eventos, mas temos aqui um conjunto sensacional para desenvolver pacotes”.

Leonardo Carvalho

Presidente do Santos Convention & Visitors Bureau