

Ministério do Turismo
Secretaria Nacional de Políticas de Turismo
Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico
Coordenação Geral de Regionalização



CONTEÚDO FUNDAMENTAL
TURISMO E SUSTENTABILIDADE

Brasília, 2007

Presidente da República Federativa do Brasil
Luiz Inácio Lula da Silva

Ministra do Turismo
Marta Suplicy

Secretário-Executivo
Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

Secretário Nacional de Políticas de Turismo
Airton Pereira

Diretora do Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento
Turístico
Tânia Brizolla

Coordenadora Geral de Regionalização
Ana Clévia Guerreiro Lima

Coordenadora Geral de Segmentação
Jurema Camargo Monteiro

Coordenadora Geral de Informação
Isabel Cristina da Silva Barnasque

Coordenador Geral de Serviços Turísticos
Ricardo Martini Moesch

2007, Ministério do Turismo

Todos os direitos reservados.

Coordenação e Execução
Ministério do Turismo

Impresso no Brasil – Printed in Brazil.

1ª Edição
Distribuição gratuita.
Tiragem: 1.000 exemplares

Ministério do Turismo
Esplanada dos Ministérios, Bloco U, 2º andar.
70.065-900 – Brasília-DF
www.turismo.gov.br



Impresso em papel 100% reciclado

Dados internacionais de catalogação na publicação (CIP)

B823p Brasil. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização.

Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil : Turismo e Sustentabilidade/
Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de
Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização.
– Brasília, 2007.
126 p. : il.

Inclui Glossário, Fontes de Consulta e Anexos.

1. Gestão do Turismo – Brasil. 2. Desenvolvimento sustentável. 3. Políticas Públicas. I. Título. II.
Título: Turismo e Sustentabilidade

CDU 380.81(81):[330.36+332.14]

FICHA TÉCNICA

EQUIPE MINISTÉRIO DO TURISMO

Coordenação Geral:	Tânia Brizolla
Coordenação Técnica:	Benita Maria Monteiro Mueller Rocktaeschel
Equipe Técnica:	Bárbara Short Bruno Wendling Cristiano Borges Daniele Velozo Diego Garcia Flávio Braúna Lara Franco Leonardo Brant Marcelo Abreu Marcos Gislou Nicole Facuri Sáskia Lima Sônia Dias Taiana Paludo Walber Guimarães Wilken Souto
Coordenação de Programação Visual:	Isabel Barnasque

EQUIPE INSTITUTO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL – IBAM

Supervisão:	Mara D. Biasi Ferrari Pinto
Coordenação Geral:	Alexandre Carlos de Albuquerque Santos
Coordenação Executiva:	Pedro Nogueira Gonçalves Diogo
Equipe Técnica:	Dora Appelbaum Patrícia Azevedo Gustavo Rabello Ieda Venturini Josué Setta Kátia Silva Norma Martini Moesch Rodrigo Marchesini
Projeto Gráfico:	Paulo Felício
Ilustração:	Aliedo Kammar
Revisão de Texto:	Cláudia Ajuz

CONSULTORIA CONTRATADA

Antônio Cezar Fortes –

Versão preliminar do Documento Técnico “Sustentabilidade Econômica” que subsidiou a presente publicação.

Sônia Kinker –

Versão preliminar do Documento Técnico “Sustentabilidade Ambiental” que subsidiou a presente publicação

Tânia Montoro –

Versão preliminar do Documento Técnico “Sustentabilidade Sociocultural” que subsidiou a presente publicação.

COLABORAÇÃO

Órgãos Oficiais de Turismo das Unidades Federadas por meio dos
Interlocutores Estaduais do Programa de Regionalização do Turismo –
Roteiros do Brasil

APOIO

Conselho Nacional de Turismo – Câmara Temática de Regionalização do
Turismo

PARCEIROS

Confederação Nacional do Comércio – CNC

Serviço Social do Comércio – SESC Nacional

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC Nacional

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Nacional

Ministério do Meio Ambiente – MMA

Secretaria Nacional de Políticas de Turismo
Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico
Coordenação Geral de Regionalização

<http://www.turismo.gov.br>

<http://www.turismo.gov.br/regionalizacao>



Apresentação

O modelo de gestão descentralizada do turismo, implantado no País pelo Ministério do Turismo apoiado por seus colegiados parceiros, proporciona que cada Unidade Federada, região e município busque suas próprias alternativas de desenvolvimento, de acordo com suas realidades e especificidades. O que propõe o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil são diretrizes políticas e operacionais para orientar o processo do desenvolvimento turístico, com foco na regionalização.

Regionalizar não é apenas o ato de agrupar municípios com relativa proximidade e similaridades. É construir um ambiente democrático, harmônico e participativo entre poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade. É promover a integração e cooperação intersetorial, com vistas à sinergia na atuação conjunta entre todos os envolvidos direta e indiretamente na atividade turística de uma determinada localidade.

Diante disso, o que se espera é que cada região turística planeje e decida seu próprio futuro, de forma participativa e respeitando os princípios da sustentabilidade econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional. O que se busca com o Programa de Regionalização do Turismo é subsidiar a estruturação e qualificação dessas regiões para que elas possam assumir a responsabilidade pelo seu próprio desenvolvimento, possibilitando a consolidação de novos roteiros como produtos turísticos rentáveis e com competitividade nos mercados nacional e internacional. Para tanto é necessário perceber o turismo como atividade econômica capaz de gerar postos de trabalho, riquezas, promover uma melhor distribuição de renda e a inclusão social.

Para que o Brasil possa estruturar e qualificar suas regiões é necessário o envolvimento direto das comunidades receptoras. São elas que protagonizarão essa história. Todo esse movimento se traduz na capacidade de atuação mútua do cidadão brasileiro, o qual deve perceber-se parte fundamental desse processo.

O que se apresenta nos “Cadernos de Turismo” são direcionamentos para promover o desenvolvimento regionalizado como estratégia de agregação de valores do cidadão, de sua cultura, de suas produções, de seus saberes e fazeres, propiciando a integração de todos os setores econômicos e sociais em prol de um objetivo comum: melhorar a qualidade de vida das populações receptoras e dinamizar a economia do País.

Marta Suplicy

Ministra de Estado do Turismo

Apresentação Técnica

Com o intuito de promover o desenvolvimento das regiões turísticas do Brasil, o Ministério do Turismo elaborou documentos técnico-orientadores com o passo a passo para a implementação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Dessa forma, cada região pode identificar o seu estágio de desenvolvimento e começar a implementar as diretrizes da regionalização do turismo. Os documentos técnico-orientadores foram adaptados para uma linguagem mais simples e são apresentados, agora, como os Cadernos de Turismo, de forma a facilitar a compreensão de todos os envolvidos no processo de desenvolvimento da atividade turística regionalizada. Além da linguagem didática, os Cadernos apresentam Fontes de Consulta e Glossário, cujas palavras que o compõem encontram-se, ao longo do texto, destacadas na mesma cor do Caderno.

Esta coleção é composta por treze cadernos, descritos abaixo, sendo um para cada Módulo Operacional do Programa e quatro relativos a assuntos que irão subsidiar a implementação desses Módulos:

- I – Introdução à Regionalização do Turismo;**
- II – Módulo Operacional 1 – Sensibilização;**
- III – Módulo Operacional 2 – Mobilização;**
- IV – Módulo Operacional 3 – Institucionalização da Instância de Governança Regional;**
- V – Módulo Operacional 4 – Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional;**
- VI – Módulo Operacional 5 – Implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional;**
- VII – Módulo Operacional 6 – Sistema de Informações Turísticas do Programa;**
- VIII – Módulo Operacional 7 – Roteirização Turística;**
- IX – Módulo Operacional 8 – Promoção e Apoio à Comercialização;**
- X – Módulo Operacional 9 – Sistema de Monitoria e Avaliação do Programa;**
- XI – Ação Municipal para a Regionalização do Turismo;**
- XII – Formação de Redes;**
- XIII – Turismo e Sustentabilidade.**

Os Cadernos de Turismo apresentam os passos para que os municípios das regiões turísticas brasileiras se organizem com base nos princípios da sustentabilidade ambiental, econômica, sociocultural e político-institucional e destaca os benefícios que a regionalização e a consolidação de roteiros turísticos oferecem ao turismo brasileiro.

As orientações contidas nesta coleção possibilitarão o alcance dos objetivos propostos pelo Programa de Regionalização do Turismo, tais como: a integração e cooperação entre os municípios, a ampliação e qualificação do mercado de trabalho, o aumento do tempo de permanência e do gasto médio do turista na região. A regionalização impulsiona uma melhor distribuição de renda, promove a inclusão social e possibilita a participação, no planejamento regional, dos municípios que não são dotados de potencial relevante para o turismo, fazendo com que eles busquem sua agregação no processo de desenvolvimento do turismo, por meio de suas potencialidades, peculiaridades e capacidade produtiva.

Este Caderno apresenta os princípios fundamentais em que se apóia o conceito de Sustentabilidade nos âmbitos ambiental, sociocultural, econômico e político-institucional. Destaca o papel da atividade turística no desenvolvimento local e regional e os impactos causados pelo turismo. Descreve, também, bons exemplos de experiências heterogêneas e diversas, em âmbito regional, que buscam potencializar a sustentabilidade no turismo brasileiro.

Sumário

1. Introdução	14
2. Conceitos e princípios fundamentais	16
3. Os aspectos da sustentabilidade turística	28
4. O papel da atividade turística no desenvolvimento do turismo sustentável	46
5. Sistema de gestão do turismo sustentável	64
6. Como promover a sustentabilidade no turismo regional	87
7. Competências dos principais envolvidos no processo de desenvolvimento do turismo sustentável	97
Fontes de consulta	101
Anexos	110
Glossário	124

O *Ethos* que cuida

Quando amamos, cuidamos; e quando cuidamos, amamos. Por isso, o *ethos* que ama se completa com o *ethos* que cuida. O “cuidado” constitui a categoria central do novo paradigma de civilização que forceja por emergir em todas as partes do mundo. A falta de cuidado no trato da natureza e dos recursos escassos, a ausência de cuidado com referência ao poder de tecnociência, que construiu armas de destruição em massa e de devastação da biosfera e da própria sobrevivência da espécie humana, nos está levando a um impasse sem precedentes. Ou cuidamos ou perecemos. O cuidado assume uma dupla função: de prevenção de danos futuros e de regeneração de danos passados. O cuidado possui esse condão: reforçar a vida, zelar pelas condições físico-químicas, ecológicas, sociais e espirituais que permitem a reprodução da vida e de sua ulterior evolução. O correspondente ao cuidado em termos políticos é a “sustentabilidade”, que visa a encontrar o justo equilíbrio entre o benefício racional das virtualidades da Terra e sua preservação para nós e as gerações futuras. Talvez aduzindo a fábula do cuidado, conservada por Higino (17 d.C.), bibliotecário de César Augusto, entendamos melhor o significado do *ethos* que cuida.

“Certo dia, Cuidado tomou um pedaço de barro e moldou-o na forma do ser humano. Nisso apareceu Júpiter e, a pedido de Cuidado, insuflou-lhe espírito. Cuidado quis dar-lhe um nome, mas Júpiter lho proibiu, querendo ele impor o nome. Começou uma discussão entre ambos. Nisso apareceu a Terra, alegando que o barro é parte de seu corpo e que, por isso, tinha o direito de escolher um nome. Gerou-se uma discussão generalizada e sem solução. Então todos aceitaram chamar Saturno, o velho deus ancestral, para ser árbitro. Este tomou a seguinte sentença, considerada justa: Você, Júpiter, deu-lhe o espírito: receberá o espírito de volta quando essa criatura morrer. Você, Terra, que lhe forneceu o corpo, receberá o corpo de volta, quando essa criatura morrer. E você, Cuidado, que foi o primeiro a moldar a criatura, acompanhá-la-á por todo o tempo em que viver. E como vocês não chegaram a nenhum consenso sobre o nome, decido eu: chamar-se-á homem, que vem de húmus, que significa terra fértil”.

Essa fábula está cheia de lições. O cuidado é anterior ao espírito infundido por Júpiter e anterior ao corpo emprestado pela Terra. A concepção corpo-espírito não é, portanto, originária. Originário é o cuidado, “que foi o primeiro a moldar o ser humano”. O Cuidado o fez com “cuidado”, zelo e devoção, portanto, com uma atitude amorosa. Ele é anterior, o *a priori* ontológico que permite ao ser humano surgir. Essas dimensões entram na constituição do ser humano. Sem elas não se é humano. Por isso se diz que o “cuidado” acompanhará o ser humano “por todo o tempo em que viver”. Tudo o que fizer com cuidado será bem feito.

O *ethos* que cuida e ama é terapêutico e libertador. Sana chagas, desanuvia o futuro e cria esperança. Com razão diz o psicanalista Rollo May: “Na atual confusão de episódios racionalistas e técnicos, perdemos de vista o ser humano. Devemos voltar humildemente ao simples cuidado. É o mito do cuidado, e somente ele, que nos permite resistir ao cinismo e à apatia, doenças psicológicas de nosso tempo”.

Leonardo Boff

1 Introdução

S seja bem-vindo ao Caderno Turismo e Sustentabilidade.

Este Caderno tem como objetivo oferecer as bases para a elaboração, implementação, gestão e acompanhamento de políticas públicas na área de turismo, levando em consideração a necessidade de que tais políticas sejam realizadas com sustentabilidade. Sua finalidade é a de orientar as reflexões e as ações de profissionais, gestores, agentes governamentais e atores sociais envolvidos com a atividade turística, buscando harmonizar a força e o crescimento do mercado com uma melhor distribuição da riqueza.

Os eixos orientadores deste Caderno são os princípios do Plano Nacional de Turismo 2007/2010 “Uma viagem de Inclusão” (PNT), que entende o turismo como fator de construção da cidadania e da integração social. A economia, pensada de forma isolada, passa a ser compreendida como um dos vetores da promoção do desenvolvimento sustentável, que deve levar em conta os aspectos sociais, culturais e ambientais.

A atividade turística deve democratizar-se e humanizar-se, devendo ser acessível a todos, pois deve ser entendida como um direito de todos.

Todas as dimensões da realidade (econômica, social, cultural e histórica) devem ser contempladas pelas políticas públicas ligadas ao turismo. O Ministério do Turismo tem empreendido um grande esforço nesse sentido, com a delimitação e o ordenamento dos diversos **segmentos do turismo**. Este Caderno pretende subsidiar todos esses segmentos, na medida em que toda atividade turística deve ter, como princípio, a sustentabilidade ambiental, econômica, sociocultural e político-institucional.

O PNT implementado no período de 2003-2007 modificou significativamente os rumos das políticas públicas de incentivo ao turismo. Com a sua criação, abriu-se um amplo diálogo nacional com a participação de todos os atores

envolvidos com a atividade turística. O desafio era enorme e a solução foi convocar todos os interessados no desenvolvimento da atividade e criar um novo mapa turístico no Brasil, priorizando o surgimento de uma nova organização espacial dos **destinos turísticos**, assim como uma gestão descentralizada dos mesmos.

A ampla participação dos atores ligados ao turismo permitiu, à época, a elaboração do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, que tem como objetivo promover o desenvolvimento sustentável do turismo, de forma regionalizada, no Brasil. Esse programa representa um modelo de gestão coordenada, integrada e descentralizada de política pública para diversificar, ampliar e estruturar a **oferta turística** brasileira.

O fortalecimento da regionalização do turismo no País reforça a participação dos governos municipais e estaduais no planejamento e gestão da atividade, garantindo articulação e integração ao planejamento turístico das diversas esferas de governo.

O conceito de sustentabilidade deve ser entendido como princípio fundamental na reformulação do planejamento turístico nacional. Face à sua relevância como elemento orientador do modelo de desenvolvimento turístico desejado. As relações entre turismo e sustentabilidade devem ser abordadas por meio dos princípios que norteiam o entendimento dos seus distintos campos. Para o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, esses princípios são os seguintes:

- sustentabilidade ambiental;
- sustentabilidade econômica;
- sustentabilidade sociocultural;
- sustentabilidade político-institucional.

Neste Caderno serão fornecidas reflexões e orientações que possam contribuir para o aprimoramento das ações no campo do turismo, a partir de uma visão global de suas possibilidades, riscos, limites e tendências, associando os quatro princípios acima citados e visando alcançar o desenvolvimento com sustentabilidade.

2 Conceitos e princípios fundamentais

Na execução do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, uma importante mudança de comportamento deve ser considerada em todas as fases de sua implementação.

Vejamos que modificação é essa.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (1999), a motivação e a conduta dos turistas se caracterizam, cada vez mais intensamente, pelo crescimento da seletividade ao escolher o destino, da sensibilidade pelo meio ambiente e cultura locais e pela exigência de qualidade da experiência.

Essa mudança de atitude torna ainda mais importante o entendimento da sustentabilidade.

2.1. Contextualizando a sustentabilidade

O que podemos entender por sustentabilidade?

Sustentabilidade tem a ver com sustentável, durável. É aquilo que se sustenta por muito tempo. A partir da década de 1960, um novo conceito de desenvolvimento começou a se consolidar, verificando-se desde então uma maior preocupação da comunidade internacional com os limites do desenvolvimento econômico do planeta. Esse desenvolvimento está diretamente relacionado ao modelo de consumo vigente, aos efeitos negativos da acumulação e do desperdício, e aos riscos da degradação do meio ambiente¹.

¹ Tal preocupação foi o tema principal de documentos importantes, como o relatório “Limites do Crescimento” do Clube de Roma (1971), a Conferência Mundial de Estocolmo (1972), o relatório “Nosso Futuro Comum” (1987), a Agenda 21 da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro (1992) e a Conferência Mundial Rio +10, em Johannesburgo (2002).

Evidenciou-se que o crescimento econômico é apenas uma faceta do desenvolvimento, e não um fim em si mesmo. Embora necessário, esse crescimento não é garantia de qualidade de vida nem deve ser encarado sempre como positivo, uma vez que pode produzir graves consequências ambientais, como o esgotamento dos recursos naturais e a poluição.

Além disso, a reflexão sobre a pobreza nos países em desenvolvimento resultou na convicção da necessidade de distribuir eqüitativamente os benefícios advindos do crescimento econômico, já que tanto o excesso de riqueza quanto o de pobreza colaboram com a destruição do meio ambiente.

A partir dessas preocupações, podemos dizer que o desenvolvimento deve ser buscado de forma que seja sustentável.

2.2. Desenvolvimento sustentável

Mas, afinal, o que é desenvolvimento sustentável?

No ano de 1984, a Organização das Nações Unidas (ONU) criou a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, que tinha então três objetivos principais:

- reexaminar questões críticas relacionadas ao meio ambiente e ao desenvolvimento, formulando propostas para enfrentá-las;
- propor novas formas de cooperação internacional para tratar dessas mesmas questões, que influenciassem as políticas e acontecimentos em direção às mudanças desejadas;
- elevar os níveis de compreensão e engajamento de indivíduos, organizações voluntárias, empresas, institutos e governos, com relação aos problemas ambientais e de desenvolvimento.

Três anos depois de constituída a Comissão, publicou-se um documento intitulado “Nosso Futuro Comum ou Relatório *Brundtland*”². Nesse estudo, foram reconhecidas as limitações do uso intensivo de recursos naturais, o impacto das disparidades entre as nações ricas e pobres, e a importância de uma política global capaz de promover condições de sobrevivência ao gênero humano, que segundo o próprio relatório, estariam em sério risco.

No Relatório *Brudtland* foi proposta uma definição para essa nova lógica

² A norueguesa Gro Brundtland chefiou o processo de pesquisa por cujo nome ficou conhecido o relatório.

de desenvolvimento, definição esta que vem sendo usada no discurso político, nas pesquisas científicas e cada vez mais nas práticas de gestão das iniciativas pública e privada do mundo inteiro. No Relatório, adotou-se o seguinte conceito para desenvolvimento sustentável (1984):

Desenvolvimento sustentável é a atividade que harmoniza o imperativo do crescimento econômico com a promoção de equidade social e a preservação do patrimônio natural, garantindo assim que as necessidades das atuais gerações sejam atendidas sem comprometer o atendimento das necessidades das gerações futuras.

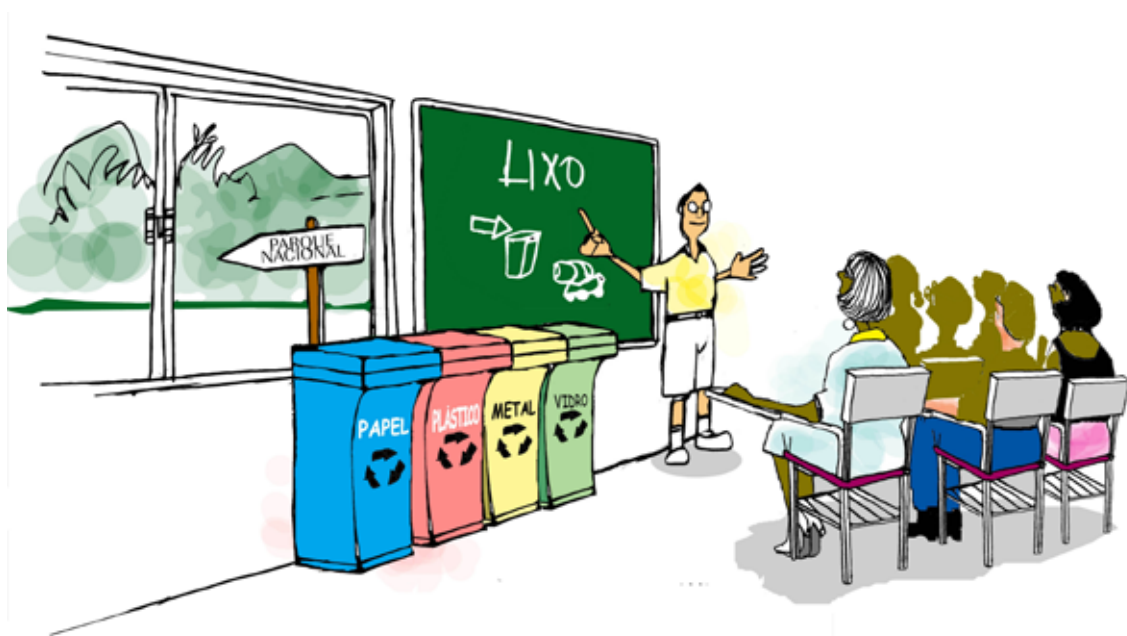
Tendo como referência esse conceito, podemos identificar uma mudança na forma de se perceber o desenvolvimento. Se tradicionalmente o desenvolvimento implicava apenas o crescimento econômico, a adoção do termo sustentável inclui uma preocupação com o impacto das decisões atuais na qualidade de vida das próximas gerações.

Nesse sentido, a introdução da noção de desenvolvimento sustentável socializou o debate sobre o desenvolvimento, estimulando o diálogo e a tomada de decisões colegiadas entre os governos e a sociedade civil, definindo a participação e a cooperação como as bases que permitem uma maior eficácia das decisões políticas e econômicas.

No final da década de 1980, a ONU institucionalizou a expressão “desenvolvimento sustentável”, condicionando o crescimento presente ao não comprometimento do crescimento futuro.

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2004), o desenvolvimento sustentável do turismo é um processo contínuo que requer monitoramento constante dos impactos que a atividade pode causar, de modo que, com ações de manejo, seja possível minimizar os impactos negativos e maximizar os benefícios potenciais, introduzindo medidas preventivas ou de correção de rumos.

Ainda segundo a OMT, esse processo requer a participação e o comprometimento de todos os atores envolvidos com o turismo, principalmente o poder público, que deve incentivar e apoiar o processo, estimulando a participação da sociedade por meio da construção de consensos. Portanto, os **produtos turísticos** sustentáveis são desenvolvidos em harmonia com o meio ambiente e culturas locais, de forma que estes se convertam em permanentes beneficiários, e não meros espectadores de todo o processo.



Todas essas reflexões levaram a um enriquecimento do conceito de desenvolvimento. Ele foi ampliado com a inclusão de aspectos sociais e ambientais e abriu espaço para o conceito de desenvolvimento sustentável. Hoje, o termo “desenvolvimento” tornou-se mais popular, e pode ser entendido como a garantia e/ou melhoria da qualidade de vida humana, sem que isso implique diminuição da **capacidade de suporte** dos ecossistemas que a sustentam, ou degradação e esgotamento dos recursos que tornam esse desenvolvimento possível.

Esse entendimento foi reafirmado na Conferência Rio +10, no ano de 2002, que definiu que:

As ações a serem realizadas no momento atual devem considerar, necessariamente, as consequências futuras. E o futuro só pode ser incorporado, pensado e planejado na medida em que se conhece e se respeita o passado.

O desenvolvimento sustentável parte do pressuposto de que os benefícios devem favorecer a todos os envolvidos no processo. Não se pode entendê-

lo somente do ponto de vista do crescimento, compreendido de maneira quantitativa e centrado em variáveis estritamente econômicas. Daí a ênfase no conceito de desenvolvimento na escala humana, ou seja, tomando as pessoas como coluna vertebral do desenvolvimento.

Vamos lembrar quais são os princípios do desenvolvimento sustentável:

- sustentabilidade ambiental;
- sustentabilidade econômica;
- sustentabilidade sociocultural;
- sustentabilidade político-institucional.

E o que pretende assegurar cada um desses princípios?

Sustentabilidade ambiental

Assegura a compatibilidade do desenvolvimento com a manutenção dos processos ecológicos essenciais à diversidade dos recursos.

Sustentabilidade sociocultural

Assegura que o desenvolvimento aumente o controle das pessoas sobre suas vidas, preserve a cultura e os valores morais da população e fortaleça a identidade da comunidade. Tem por objetivo construir uma civilização mais igualitária, ou seja, com mais equidade na distribuição de renda e de bens, de modo a reduzir o abismo entre os padrões de vida dos ricos e dos pobres.

Sustentabilidade econômica

Assegura que o desenvolvimento seja economicamente eficaz, garanta a equidade na distribuição dos benefícios advindos desse desenvolvimento e gere os recursos de modo que possam suportar as necessidades das gerações futuras.

Sustentabilidade político-institucional

Assegura a solidez e continuidade das parcerias e compromissos estabelecidos entre os diversos agentes e agências governamentais dos três níveis de governo e nas três esferas de poder, além daqueles atores situados no âmbito da sociedade civil.

Os quatro princípios da sustentabilidade mantêm uma forte relação entre si e precisam ser planejados conjuntamente, pois essa é a única maneira de se

alcançar a sustentabilidade. Do mesmo modo, os impactos do turismo, sejam positivos ou negativos, também afetam todos os campos abrangidos por esses princípios. Embora o aspecto ambiental por vezes tenha sido tratado com mais ênfase, vários impactos têm um caráter muito mais sociocultural ou econômico do que exclusivamente ambiental.

Incentivar o desenvolvimento sustentável, ou melhor, a construção de uma sociedade sustentável, é um sério desafio para o poder público. O papel fundamental dos governos é transformar a teoria em ações práticas efetivas que modifiquem a visão do crescimento sem planejamento, “a todo custo”, de forma a incorporar os aspectos fundamentais para a melhoria da qualidade de vida e para a construção de uma visão de longo prazo.

Para que isso seja possível, é necessário um processo composto por mudanças significativas, em que as alterações na utilização dos recursos, na gestão dos investimentos e na orientação do desenvolvimento, em nível institucional, sejam coerentes com as necessidades futuras e presentes de toda a sociedade.

O desenvolvimento de uma região, sem o devido planejamento, pode levar, rapidamente, ao esgotamento dos recursos naturais, à descaracterização do patrimônio cultural e à desestruturação social. E, em consequência disso, a uma diminuição drástica da **demanda turística** da localidade, fazendo com que seu interesse turístico seja reduzido. A atividade turística, quando é desenvolvida para buscar apenas o lucro rápido a curto prazo, sem considerar as consequências desse modelo de desenvolvimento, compromete todo o processo e isso encurta seu ciclo de vida num determinado local.

A busca por um modelo de desenvolvimento que não degrade os recursos que constituem a base do turismo tornou-se fundamental para potencializar os benefícios que a atividade pode, reconhecidamente, gerar.

De modo equivocado, por vezes, sugere-se que o turismo sustentável seja simplesmente outro tipo de turismo, sinônimo de ecoturismo e antítese do turismo de massa. Mas o conceito de desenvolvimento sustentável deve ser aplicado a qualquer segmento do turismo e em qualquer escala, desde o turismo de massa e seus grandes *resorts* até aquele desenvolvido em pequena escala e em lugares ambientalmente frágeis, de ecossistemas únicos e natureza preservada.

O turismo deve ser planejado e considerado como um sistema aberto e inter-relacionado aos subsistemas sociocultural, ambiental, econômico e político-institucional.

Segundo o autor L. France (1997), o desenvolvimento do turismo com base nos critérios de sustentabilidade deve:

- ser ecologicamente suportado e economicamente viável, simultaneamente;
- distribuir eqüitativamente seus benefícios;
- observar a ética e ser socialmente aceito pela comunidade receptora;
- integrar-se com todos os aspectos do ambiente, de modo a respeitar áreas frágeis e a capacidade de suporte das áreas visitadas;
- incentivar a participação de todos os atores envolvidos, pois a conservação da herança cultural e natural envolve cooperação, planejamento e manejo;
- garantir a satisfação do turista e, concomitantemente, direcionar o seu comportamento, no sentido da conservação dos ambientes e respeito à cultura local;
- estar integrado com a economia local e promover a melhoria da qualidade de vida das comunidades receptoras;
- ser necessariamente planejado e aplicar os princípios de sustentabilidade a todos os componentes do produto turístico (desde os transportes utilizados, a harmonia das instalações construídas com o ambiente, a questão do saneamento, o uso eficiente de energia etc.);
- realizar **marketing** responsável;
- pesquisar e monitorar a atividade turística de modo a garantir que o desenvolvimento dessa atividade aconteça de acordo com os princípios e critérios da sustentabilidade, de maneira que os avanços sejam mantidos e evitando retrocessos.

O modelo de desenvolvimento sustentável para o turismo considera a autenticidade cultural, a inclusão social, a conservação do meio ambiente, a qualidade dos serviços e a capacidade de gestão local como condições fundamentais para a viabilidade da atividade turística a longo prazo.

No Brasil, diversas organizações vêm pesquisando e analisando formas de operacionalizar o desenvolvimento sustentável na atividade turística, como o Conselho Brasileiro para o Turismo Sustentável, que propõe 7 princípios técnicos. Vejamos quais são esses princípios:

1. **respeitar a legislação vigente:** o turismo deve respeitar a legislação vigente no País, em todos os níveis, e as convenções internacionais de que o Brasil é signatário;

2. **garantir os direitos das populações locais:** o turismo deve buscar promover mecanismos e ações de responsabilidade social, ambiental e de equidade econômica, inclusive a defesa dos direitos humanos de uso da terra, mantendo ou ampliando, a médio e longo prazos, a dignidade dos trabalhadores e comunidades envolvidas;
3. **conservar o meio ambiente natural e sua diversidade:** em todas as fases de implementação e operação, o turismo deve adotar práticas de mínimo impacto sobre o ambiente natural, monitorando e litigando efetivamente os impactos, de forma a contribuir para a manutenção das dinâmicas e processos naturais e seus aspectos paisagísticos, físicos e biológicos, considerando o contexto social e econômico existente;
4. **considerar o patrimônio cultural e valores locais:** o turismo deve reconhecer e respeitar o patrimônio histórico e cultural das regiões e localidades receptoras a ser planejado, implementado e gerenciado em harmonia com as tradições e valores culturais, colaborando para o seu desenvolvimento;
5. **estimular o desenvolvimento social e econômico dos destinos turísticos:** o turismo deve contribuir para o fortalecimento das economias locais, a qualificação das pessoas, a geração crescente de trabalho, emprego e renda e o fomento da capacidade local de desenvolver empreendimentos turísticos;
6. **garantir a qualidade dos produtos, processos e atitudes:** o turismo deve avaliar a satisfação do turista e verificar a adoção de padrões de higiene, segurança, informação, educação ambiental e atendimento estabelecidos, documentados, divulgados e reconhecidos;
7. **estabelecer o planejamento e a gestão responsáveis:** o turismo deve estabelecer procedimentos éticos de negócios visando engajar a responsabilidade social, econômica e ambiental de todos os integrantes da atividade, incrementando o comprometimento do seu pessoal, fornecedores e turistas em assuntos de sustentabilidade, desde a elaboração de sua missão, objetivos, estratégias, metas, planos e processos de gestão.

Como já vimos, o desenvolvimento de uma região ou de um produto turístico sem planejamento pode ter consequências desastrosas.

O que podemos fazer para evitar o comprometimento do processo de desenvolvimento sustentável?

A sustentabilidade depende fundamentalmente de planejamento e da maneira como se levam em conta os quatro princípios que a sustentam: ambiental, econômico, sociocultural e político-institucional.

2.3. Turismo sustentável

A sustentabilidade é o conceito básico que orienta o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: o fomento ao turismo responsável, isto é, ao turismo produtivo, do ponto de vista econômico; justo, do ponto de vista social e correto, do ponto de vista ambiental.

Dois grandes desafios permeiam as preocupações do Programa:

- Como nos converter em um País de destino turístico (produtivo economicamente) preservando os recursos naturais e a identidade das comunidades locais?
- Como construir uma ordem social mais justa, de forma que as divisas advindas do turismo possam contribuir para a produção e distribuição da riqueza, ou seja, reduzir a pobreza, as desigualdades regionais e promover a inclusão social?

Assunto relevante na agenda pública e na pesquisa acadêmica, pensar e desenvolver o turismo de forma sustentável passou a ser também um desafio para os profissionais que trabalham com o setor, nas últimas décadas. Tanto na bibliografia existente como em relatórios técnicos e de pesquisa, a sustentabilidade do turismo é apontada como uma possibilidade poderosa para promover inclusão social, com fortalecimento da cidadania e da identidade cultural dos brasileiros.

A sustentabilidade deve ser entendida como o princípio estruturador de um processo de desenvolvimento centrado na eficiência econômica, na diversidade cultural, na proteção, conservação do meio ambiente e na equidade social.

E como devemos entender o turismo, no contexto da sustentabilidade?

Entende-se o turismo como uma atividade de fundamental importância para a sociedade e um dos principais fatores de interação humana e de integração política, cultural e econômica num mundo cada vez mais globalizado em todos os seus aspectos.

Para Mário Beni (2006), o “Turismo é um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica, que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos”.

Várias definições para turismo sustentável surgiram ao longo do tempo. Para a Organização Mundial do Turismo (1999):

Turismo sustentável é a atividade que satisfaz as necessidades dos turistas e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto a integridade cultural, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro.

Verifica-se, portanto, que os produtos turísticos sustentáveis são desenvolvidos em harmonia com o meio ambiente, com as comunidades e culturas locais, de forma que estas se convertam em permanentes beneficiários e deixem de ser espectadoras de todo o processo de desenvolvimento.

Outro ponto fundamental é a garantia de uma boa experiência, que traga satisfação ao turista, o que facilita o seu envolvimento com a sustentabilidade da região ou produto turístico. Ampliar essa consciência entre os turistas é responsabilidade dos gestores e demais envolvidos na atividade.

A sustentabilidade é uma função complexa, que combina de maneira particular cinco variáveis: interdependência, reciclagem, parceria, flexibilidade e diversidade.

O princípio da interdependência diz respeito à rede de relações em que o sucesso do todo depende de cada um, da mesma forma que o sucesso de cada um depende do todo. Essa visão implica transformações profundas nos valores e uma mudança de percepção: é preciso fixar-se mais nas relações do que nos objetos, o que impõe uma visão sistêmica do turismo.

Como todos os organismos de um ecossistema produzem resíduos, sendo que o resíduo de um pode ser alimento para outro, existe assim a possibilidade de reciclagem. Os processos produtivos necessitam de energia e de recursos materiais, os quais têm custos ambientais e sociais que não costumam ser computados ao final do processo. Os danos causados e o custo público da reparação fazem com que esse processo produtivo privatize os lucros e muitas vezes socialize as perdas.

O princípio da parceria diz respeito ao estabelecimento de ligações e associações que permitam aos parceiros conhecer e compreender melhor as necessidades dos outros. Também aqui é necessária uma transformação social (de mentalidades), pois o que é valorizado como habilidade na contemporaneidade, como a competição, a expansão e a dominação, deve dar lugar à cooperação e à tolerância.

O princípio da flexibilidade refere-se à capacidade de adaptação a estímulos externos, de maneira que o sistema não entre em colapso. É o difícil equilíbrio entre estabilidade e mudança, entre fidelidade às raízes e a abertura ao novo, entre a preservação da ordem e a liberdade e criatividade dos agentes. Essas diferenças são indicativas de diversidade e de vitalidade de uma comunidade.

O outro princípio é o da diversidade. Ele permite a reconstrução, a reorganização da relação entre os membros de uma comunidade, pois a diferença e a diversidade não devem ser traduzidas como desigualdade. O princípio da equidade (igualdade na diferença) é o fundamento do princípio da diversidade.

É importante considerar que o principal aspecto positivo do turismo, num país de desigualdades sociais e culturais como o Brasil, é contribuir para diminuir as desigualdades socioeconômicas e, neste sentido, a sustentabilidade deve considerar a relação entre pobreza, ambiente e desenvolvimento. Isso pode ser feito por meio de políticas e programas que possam expandir as oportunidades de pequenos negócios e as oportunidades de emprego em todos os níveis.

Por outro lado, é preciso sedimentar os princípios da sustentabilidade, o que implica em uma ecologia que permita a retomada de valores éticos que afirmem uma cultura de paz, de diálogo e tolerância e que coloquem a fraternidade, a distinção e a solidariedade como elementos centrais nas relações sociais e ambientais. A retomada desses valores deve estar articulada com a luta pela democracia e abertura de novos espaços e mecanismos concretos de inclusão e participação social.

A discussão sobre o desenvolvimento da atividade turística, também deve ter um caráter dinâmico, incorporando novos elementos e novas óticas de percepção da atividade.

O turismo tem características peculiares em relação aos demais setores da economia: possui alto poder de irradiação dos seus benefícios e tem uma lógica original de implantação. Frequentemente, a atividade turística é considerada como uma das únicas esperanças para regiões economicamente deprimidas.

É preciso entender que o turismo pode gerar vantagens do ponto de vista econômico, mas pode também implicar em degradação ambiental, perda da identidade local, entre outros possíveis impactos negativos.

Dois aspectos fundamentais participam efetivamente do equilíbrio e da harmonia na construção da sustentabilidade:

1. a questão política, que está presente em todo o processo e pode estimular, de maneira definitiva, o desenvolvimento do turismo em bases sustentáveis;
2. a questão da qualidade dos **serviços e equipamentos turísticos**, fator que influencia diretamente a demanda e que pode ser definitivo para o sucesso de um destino ou **região turística**.

O turismo, quando planejado e executado dentro dos princípios conceituais da sustentabilidade, fortalece a cultura local e regional preservando a identidade social, fomentando a diversidade cultural das comunidades, grupos e regiões, com elevação da auto estima dos indivíduos/cidadãos.

3 Os aspectos da sustentabilidade turística

Como dito anteriormente, a sustentabilidade turística depende fundamentalmente do planejamento e da maneira como se levam em conta os principais aspectos que a sustentam. Os aspectos a considerar são: ambiental, econômico, sociocultural e político-institucional simultaneamente.

3.1. Ambiental

O ambiente é a base dos recursos naturais e culturais, e qualquer atividade socioeconômica, em especial o turismo, depende da qualidade e da proteção do meio ambiente a longo prazo.

Vejamos como o autor Ceballos-Lascuráin (1996) define meio ambiente:

Define-se meio ambiente como todas as condições, circunstâncias e influências que cercam e afetam o desenvolvimento de um organismo ou grupo de organismos.

Dentro desse conjunto dinâmico e complexo é possível observar que uma série de relações começam a tomar corpo. Todos os aspectos que influenciam a qualidade do meio ambiente estão inter-relacionados, como os aspectos éticos, políticos, sociais, econômicos, científicos, tecnológicos, culturais e ecológicos.

Diante dessa definição de meio ambiente, podemos entender a sustentabilidade ambiental como:

A maneira de assegurar a compatibilidade do desenvolvimento com a manutenção dos processos ecológicos essenciais, bem como da diversidade dos recursos.

Construir uma sociedade sustentável é um sério desafio para os governos, que têm papel fundamental no fomento ao desenvolvimento sustentável, definindo políticas que modifiquem a visão de que se deve perseguir o crescimento econômico a qualquer custo.

É preciso que se busque conciliar a necessidade de crescimento com a diminuição dos impactos negativos que ele pode causar, quando perseguido sem planejamento. Todo o dinheiro que o turista deixa na região deve reverter-se em benefício da comunidade, deve servir para melhorar a qualidade de vida das pessoas da região, dar-lhes ânimo. Se o ambiente for preservado por tempo indeterminado, por muito tempo, os **atrativos turísticos** irão representar desenvolvimento para a região, porque a circulação de divisas trazidas pelos turistas, passa a ser revertida em progresso e, como consequência, há desenvolvimento social e econômico para todos. Isso é sustentabilidade ambiental.



Diante disso podemos perguntar:

- Qual a interferência da atividade turística na proteção e manutenção do ambiente físico e na diminuição da degradação dos recursos naturais?

Quando se preserva o ambiente, os recursos não se esgotam, e toda a região se beneficia. Assim, todos progridem junto com ela.

Por outro lado, se nada for feito, as implicações e consequências negativas no meio ambiente, na vida da comunidade receptora e no aspecto financeiro dos empreendimentos surgirão e se desenvolverão muito rapidamente.

Para que haja a compreensão da relação entre meio ambiente e turismo, é necessário estimular, tanto no turista como na comunidade receptora, a capacidade de perceber o ambiente que os cerca. A compreensão do meio ambiente pode levar a ações transformadoras, mas para que isso ocorra é necessário participar de forma ativa e não somente observar passivamente. Tratar os temas ambientais de forma abstrata e citando normas, como se existissem fora do tempo e do espaço, sem nenhuma conexão com o cotidiano, não contribui para a melhoria da qualidade de vida de uma comunidade nem para a qualidade do produto turístico.

Há décadas o meio ambiente vem sendo degradado, mas como atualmente os meios de comunicação divulgam e discutem essa realidade, parte dos turistas está se tornando mais sensível aos problemas da degradação ambiental. Sendo assim, uma relevante consequência da atividade turística na proteção e manutenção do ambiente é o estímulo a criação de **Unidades de Conservação**.

E por falar em degradação... o que significa degradação?

Degradação significa perda de qualidade. Portanto, a degradação do meio ambiente é um efeito negativo, causado pela não conservação dos recursos ambientais. De modo geral, os turistas evitam visitar lugares poluídos ou degradados e procuram lugares ambientalmente saudáveis.

Como já vimos no capítulo anterior, essa mudança de comportamento por parte dos turistas deve ser considerada na implementação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, orientando o estabelecimento de objetivos e metas para a sustentabilidade ambiental.

Tais metas devem ser compatíveis com as políticas local e global de sustentabilidade, além de incluir o mapeamento e a análise dos seguintes aspectos:

- emissão de efluentes e resíduos sólidos;
- conservação e gestão do uso da água;
- eficiência energética;

- seleção e uso de insumos;
- ruídos, poluição visual e aglomeração;
- proteção das áreas naturais e da biodiversidade;
- uso sustentável dos recursos naturais;
- adequação da **infra-estrutura turística**.

Como vimos, a sustentabilidade é um objetivo que deve ser alcançado. É muito importante ressaltar que, para alcançar o sucesso, esses empreendimentos precisam adotar práticas sustentáveis.

As atividades, os produtos e os serviços turísticos devem ser analisados de acordo com uma escala adequada, e tendo em vista as características específicas de cada região turística. Deve-se, ainda, identificar os aspectos que interferem na sustentabilidade ambiental e que podem ser controlados, conforme as possibilidades reais de interferência dos atores envolvidos.

É muito útil estabelecer objetivos de sustentabilidade a serem alcançados gradativamente. Tais objetivos devem considerar os aspectos legais e financeiros relacionados à atividade turística e as opções tecnológicas disponíveis. E, ainda, as políticas existentes de incentivo à adequação de práticas atuais mais sustentáveis.

A sustentabilidade ambiental não é um estado fixo de harmonia, mas um processo em que há objetivos a alcançar. A análise desse processo, em relação a uma região ou produto turístico, não pode remeter a conclusões como “é sustentável ou não é sustentável”. Para tanto, indica-se o uso de uma escala de sustentabilidade que possibilite adaptações ao longo do tempo, de acordo com os objetivos e as metas de sustentabilidade definidos claramente no processo de planejamento.

A prioridade é que a atividade turística se desenvolva com responsabilidade ambiental, para que se promova justiça social e se preserve a riqueza cultural, dentro dos princípios da viabilidade econômica.

3.2. Econômico

O conceito de sustentabilidade econômica é ligado ao da eficiência econômica, competitividade e lucratividade. Diante disso, a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001) o define da seguinte forma:

A sustentabilidade econômica é entendida como a garantia de um crescimento turístico eficiente: a conciliação entre a criação de postos de trabalho, com níveis satisfatórios de renda, e o controle sobre os custos e benefícios dos recursos, que garante a continuidade para as gerações futuras.

A compreensão desse conceito, no entanto, deve ser mais abrangente. Simultaneamente à característica de eficiência e competitividade, a sustentabilidade econômica pressupõe um tipo de desenvolvimento econômico que também contempla aspectos ambientais e sociais. As várias dimensões que formam o desenvolvimento sustentável estão entrelaçadas, e devem ser consideradas quando tratamos da sustentabilidade econômica.

Vejamos um exemplo prático, que poderá tornar mais fácil a compreensão desse entrelaçamento:

Suponhamos que seja construído um hotel às margens de um belo rio nas vizinhanças de uma pequena cidade. O local tem beleza privilegiada e já atrai muita gente. Com a instalação do empreendimento, turistas se sentem estimulados a passar temporadas no local. A taxa média de ocupação ultrapassa as expectativas; a iniciativa é um sucesso. Verifica-se, assim, a primeira das condições de sustentabilidade econômica: eficiência, competitividade e lucratividade. Feito o investimento inicial, o hotel gera frutos na quantidade e qualidade esperados, o que implica em dizer que ele está sendo competitivo e, logo, lucrativo.

Alguns problemas, entretanto, começam a surgir. A presença de um elevado número de pessoas no local passa a gerar uma crescente poluição no rio e suas margens, degradando claramente suas condições ambientais. Este é um elemento novo que pode comprometer o futuro do empreendimento, ou seja, sua sustentabilidade. Um belo local degradado afasta, logicamente, os turistas. E assim, inviabiliza sua lucratividade e continuidade. Verifica-se que a preservação ambiental é condição necessária à sustentabilidade econômica.

O turismo interage com um número expressivo de setores da economia. Como consequência disso, seus efeitos positivos e negativos se disseminam por grande parte dos setores econômicos. Daí ser importante compreender o sentido e a dimensão dessas inter-relações. Vejamos alguns exemplos:

1. a importância da atividade turística na economia está crescendo no mundo inteiro. Nos últimos 50 anos, o turismo internacional cresceu a uma taxa média anual de 6,8%;
2. em 1998, o Fundo Monetário Internacional (FMI) atestava que o turismo já superava a indústria automobilística – o grande ícone da economia moderna – como principal fator de exportação em todo o mundo;
3. na Europa, a atividade é responsável por cerca de 20% do Produto Interno Bruto (PIB)³ continental;
4. segundo a OMT, o número de viagens internacionais deverá triplicar no intervalo entre 1995 e 2020, apesar das ameaças provocadas pelo terrorismo;
5. de acordo com estimativas apresentadas pela OMT, o **fluxo turístico** internacional alcançou, em 2004, 740 milhões de desembarques, com um crescimento de 10% em relação a 2003. Lembre-se que este número em 1950, não passava de 25 milhões;
6. a Europa continua sendo o principal destino mundial. Aproximadamente 54,6% das chegadas mundiais realizam-se naquele continente, seguido pela Ásia e pelo Pacífico, que são o destino de 20,2% do fluxo turístico internacional.

A atividade turística possui características que a torna única dentre as atividades econômicas de um país, especialmente naqueles em vias de desenvolvimento como o Brasil. E o que a torna especial? São vários os fatores. A seguir são relacionados alguns deles:

Prioridades às pequenas e médias empresas

Apesar de comportar a grande empresa, a atividade pressupõe um grande número de pequenos negócios. Trata-se de um número infinito de negócios, onde a grande empresa tem dificuldade de penetração.

Inclusão das classes menos favorecidas da sociedade

Mesmo utilizando uma mão-de-obra cada vez mais qualificada, o turismo, dada a sua enorme capilaridade, gera grande parte de suas ocupações nas classes com baixa escolaridade: empregados em hotéis, restaurantes, bares, áreas de diversão, meios de transporte etc.

³ O Produto Interno Bruto representa a soma (em valores monetários) de todos os bens e serviços finais produzidos em uma determinada região (países, estados, cidades etc.), durante um período determinado (mês, trimestre, ano etc.).

Forma mais barata de gerar empregos

Num momento onde o desemprego apresenta números muito significativos, a atividade turística surge com uma grande vantagem comparativa: gerar empregos a um custo menor, se comparado a outros setores econômicos.

Capacidade de reduzir as desigualdades de renda

O Brasil é um dos países campeões mundiais de concentração espacial e pessoal de renda. O Norte e o Nordeste brasileiros são as duas macrorregiões com maiores contingentes populacionais de excluídos. Exatamente estas duas macrorregiões são aquelas que apresentam um notável potencial turístico que só recentemente vem sendo explorado. A atividade turística, dessa forma, pode significar uma fundamental ferramenta de inclusão social.

Capacidade de gerar divisas

O turismo conta com duas formas principais de atrair divisas: por meio do fluxo de estrangeiros que visitam o país e também via investimentos diretos em atividades turísticas. Em ambas as formas, o Brasil vem tendo significativa expansão.

Elemento de integração nacional

Num país com dimensões continentais como o Brasil, o turismo interno permite aos brasileiros que conheçam o seu próprio país, tendo contato com sua extraordinária diversidade física e cultural, valorizando o sentimento de unidade nacional.

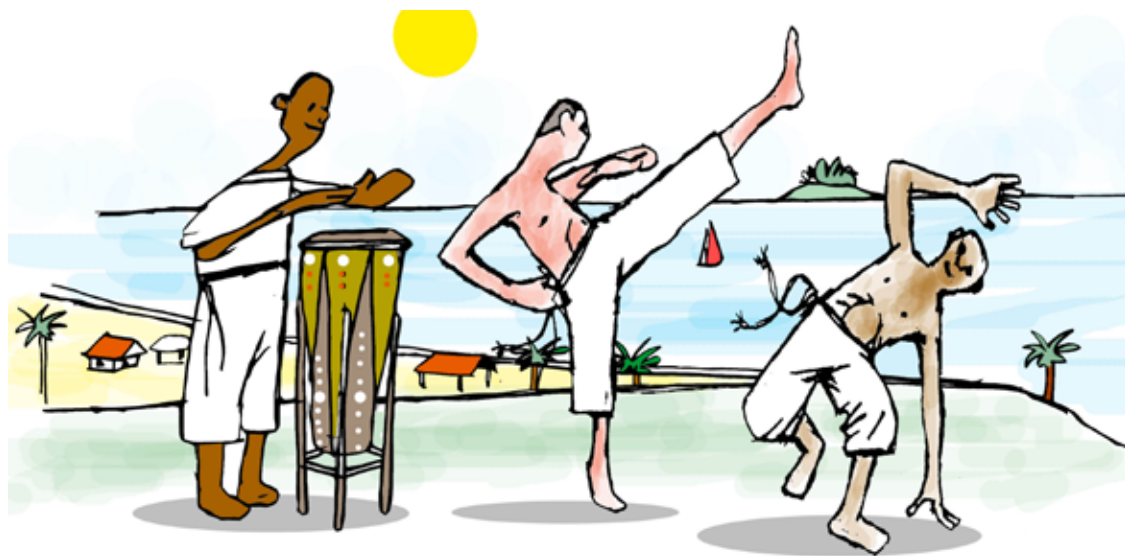
3.3. Sociocultural

O conceito de sustentabilidade sociocultural associa-se aos princípios de uma sociedade humanizada, que possibilita às pessoas uma vida digna (direito ao trabalho, instrução, liberdade, participação, tal como posto pela Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948), no processo de construção de uma sociedade sustentável e produtiva – que produz e preserva riquezas e não somente acumula lucros.

No Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, em harmonia com essas preocupações, a dimensão sociocultural da sustentabilidade deve ser assim entendida:

Sustentabilidade sociocultural é um processo que visa à melhoria da qualidade de vida e redução dos níveis de exclusão social, por meio de uma distribuição mais justa da renda e dos bens.

Evidencia-se que essa dimensão da sustentabilidade é particularmente importante para o desenvolvimento do turismo regional e só será alcançada se, ao longo do processo, for valorizado o patrimônio cultural e histórico, preservados os costumes locais e incentivado o resgate das tradições e da cultura popular, incluindo manifestações artísticas, como a música, o folclore, as danças, o teatro e o artesanato, entre outras. Assim, pode-se afirmar que sustentabilidade sociocultural implica o reconhecimento da contínua necessidade de mecanismos de mediação entre as partes interessadas no desenvolvimento da comunidade, da sociedade, tanto com relação aos diferentes grupos de interesses internos, quanto com relação aos grupos de interesse externos.



O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil pensa a cultura como um território ou um espaço (de poder) de lutas por um destino melhor: uma realidade e uma concepção de mundo que precisam ser apropriados em busca da superação das opressões e das desigualdades. Também por meio dos programas governamentais os cidadãos podem lutar por seus direitos, por seu bem-estar, demarcando territórios e auferindo conquistas.

Perpassa o conceito de sustentabilidade sociocultural do turismo a noção de cidadania e de horizonte ético na intervenção social. Não é suficiente o reconhecimento do olhar externo, seja do gestor, do pesquisador, do viajante, do turista, do jornalista, sobre os atrativos turísticos de um local, de um espaço. Deve-se levar em consideração, antes de tudo, o reconhecimento, valorização e respeito dessa riqueza por parte da comunidade receptiva, essencial para que o visitante também valorize estas particularidades socioculturais e ambientais que constituem o produto turístico, referências para o desenvolvimento de novas ofertas.

Para que isso possa se tornar realidade, devemos trabalhar com o planejamento integrado e com processos de mobilização e participação comunitária, para definir ações e atividades prioritárias.

Os processos de desenvolvimento do turismo ancorados na sustentabilidade sociocultural representam uma ação eficaz para enfrentar situações de desigualdade e desequilíbrio econômico e regional, posto que facilitam as condições para que homens e mulheres possam incluir-se e integrar-se com equidade (igualdade na diferença).

Num movimento pautado pela idéia de igualdade na diferença, grupos, comunidades, etnias e povos historicamente excluídos, assim como diferentes gerações, orientações sexuais, categorias de trabalhadores, pessoas com deficiência e com restrição de mobilidade, podem inserir-se na sociedade a partir do setor de serviços e, em particular, do setor de turismo, hospitalidade e gastronomia, na condição de pequenos empresários, camponeses, artesãos, trabalhadores e consumidores.

É preciso entender que as mudanças históricas em processo no nosso mundo têm como base movimentos de baixo para cima, do pequeno ao grande, do micro ao macro. Nesse cenário, países menos desenvolvidos podem tornar-se atores principais, e pobres e excluídos podem se transformar em protagonistas sociais.

De fato, em muitos países, o turismo tem significado avanços socioeconômicos, melhoria do padrão de vida e um enriquecimento tanto social quanto cultural, levando a uma percepção de prosperidade social e econômica. Porém, e sobretudo no Brasil, em muitos casos o incremento do fluxo turístico gera, reforça ou intensifica as injustiças socioculturais preexistentes. Alguns poucos se beneficiam do patrimônio natural e cultural de todos, enquanto a maioria, especialmente a população receptiva, não se beneficia e vivencia um processo de exclusão social e espacial.

Quanto maior é a distância entre pobres e ricos, tanto menor o desenvolvimento local. No caso do turismo e da hospitalidade, a sustentabilidade sociocultural parte do princípio de que o desenvolvimento na escala humana deve apostar na possibilidade de diminuir a distância estrutural entre pobres e ricos no país. Significa a oportunidade da construção de um desenvolvimento centrado em novas bases: autonomia, independência e satisfação das necessidades humanas.

A busca de inclusão social não deve considerar apenas as carências materiais, incluindo questões de identidade, auto-estima, individualidade e outras questões centrais da condição humana. Deve se pautar também na valorização e no estímulo à cultura, entendida em seu sentido amplo, como **patrimônio** material e imaterial (atrativos culturais, manifestações folclóricas, eventos etc.).

Para pensarmos o que é sustentabilidade sociocultural, é fundamental esclarecer o que se entende por identidade e comunidade.

Poderemos entender o termo “comunidade” remetendo-nos a atributos, práticas e interesses comuns a várias pessoas, a um grupo ou a diversos grupos. Partindo dessa idéia, é possível compreender que aquilo que esses grupos têm em comum lhes conferem uma “identidade”.

Os interesses comuns que definem uma comunidade e a identidade que lhe é correspondente podem ser atribuídos por um olhar interno ou externo a ela. Em se tratando de turismo, a mediação entre esses dois olhares é fundamental. Uma comunidade receptiva deve ser, portanto, um espaço representado por um grupo minimamente consensual em torno da valorização de seus recursos.

Mesmo que um recurso ou produto identificado como fonte de riqueza seja classificado como uma beleza natural (geográfica, hídrica, botânica, biológica), ele se insere nas práticas e nas representações socioculturais dos que com ele convivem. E essas representações são articuladas, por sua vez, com outras práticas, representações e tradições da comunidade, ou seja, com a cultura de quem recebe.

A cultura, no Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, é pensada como a totalidade ou o conjunto da produção, de todo o fazer humano de uma sociedade, suas formas de expressão e modos de vida.

Acompanhando essa definição de cultura, o conceito de patrimônio cultural, entendido até a metade do século passado como sinônimo de obras de arte consagradas e monumentos, tem sido redefinido atualmente, sendo pensado em seus aspectos materiais e imateriais (tangíveis e intangíveis). Aos bens imateriais são atribuídos valores de natureza diferente da dos bens materiais, muitas vezes de forma bastante sutil. Podemos tomar como exemplo o acarajé da Bahia ou a viola de cocho do Mato Grosso, que recentemente foram tombados como patrimônio cultural imaterial do povo brasileiro.

Dessa forma, esses bens e valores conformam a memória coletiva, que é elemento indispensável para o reconhecimento e a valorização desse conjunto articulado de natureza, sociedade e cultura por parte dos habitantes de uma localidade. Sem isso, não há possibilidade de se construir um imaginário que congregue o conjunto desses atores.

Para que o turismo possa crescer com sustentabilidade sociocultural é fundamental que a população receptiva se estruture em torno de uma identidade, ancorada, por sua vez, em um imaginário. E esse imaginário deve estar pautado por dados de realidade precisos, expressando de modo conciso objetivos atingíveis.

Não importa se, como ponto de partida, seja uma identidade profissional, artística ou étnica. O importante é que ela valorize o grupo enquanto comunidade, que detém uma cultura e uma história, e é capaz de propor metas e objetivos claros, traduzi-los em imaginário comum, e efetivamente alcançá-los.

Desse modo, a conceituação de sustentabilidade expressa outras dimensões, além da preocupação original com a preservação do meio ambiente, já que não se pensa o desenvolvimento sustentável sem a articulação das sociedades e das culturas envolvidas no processo. Deve-se buscar a manutenção da diversidade e a promoção da cultura, a valorização da população, seus saberes, conhecimentos, práticas e valores étnicos, e a preservação das populações tradicionais e sua inserção na economia.

Assim, o turismo deve ser entendido como um veículo para a conservação de ecossistemas, paisagens, valores, tradições e culturas locais e regionais, considerado como fator determinante para a inserção de grupos e comunidades receptivas em sua cadeia produtiva.

O turismo pode significar avanços socioeconômicos, melhoria do padrão de vida das populações e enriquecimento social. Por isso, o papel central da atividade turística no desenvolvimento sociocultural é o de promover o aumento

do bem-estar social, já que se trata de uma política pública programada para proporcionar lazer, recreação e renda para os diversos segmentos da sociedade, com o resgate dos bens culturais específicos de populações e regiões do país.

No desenvolvimento humano, as atividades turísticas estimulam a educação continuada, capacitando mão-de-obra local, aumentando o grau de instrução e escolaridade dos atores sociais envolvidos, promovendo uma educação cívica de respeito às diferentes culturas, povos, costumes e valores.

Para a sociedade brasileira, o turismo pode se apresentar como um valioso mecanismo de inclusão de grupos e etnias pelos diferentes modos de vivenciar a relação entre cultura e ambiente que o Brasil proporciona. O turismo, referenciado na idéia de desenvolvimento sustentável, partilha do compromisso nacional de melhoria da distribuição de renda e redução das desigualdades sociais, culturais e regionais.

Para que o planejamento com sustentabilidade sociocultural seja bem executado, a criação de atrativos turísticos deve ser pensada a partir da interação com a comunidade, que deve se dar por meio da procura dos significados culturalmente construídos, visando o protagonismo dos atores sociais. Nessas ações junto à comunidade, os fazeres e saberes são ingredientes nobres que contribuem decididamente para a diversificação dos produtos turísticos, abrindo mercados para diferentes nichos turísticos.

Também é fundamental que façamos algumas perguntas:

- O que busca o olhar do visitante?
- O que valoriza a sua visita?
- O que o lugar tem a lhe oferecer?
- O que a comunidade quer mostrar?

Essas importantes questões nem sempre são lembradas quando um lugar planeja receber turistas. Geralmente, as primeiras ações voltam-se para o transporte, a hospedagem, a alimentação e as opções de consumo (que são importantes, mas não excluem outras ações). Assim, pouca atenção é dada para o que se refere à informação sobre o lugar, seus habitantes, hábitos, costumes, histórias e lendas.

Dentre os instrumentos clássicos de levantamento para a contextualização do turismo, questionários e entrevistas possuem o seu valor e convivem com outros, tais como a pesquisa-ação, que se apresenta como uma estratégia facilitadora de produção de um inventário sociocultural com informação

turística qualitativa, uma vez que se fundamenta em um processo que estimula o desenvolvimento da conscientização e descobre, individual e coletivamente, muitos aspectos sobre a vida e a realidade locais, e identifica as redes sociais estabelecidas, que permitirão criar novos arranjos produtivos, com soluções menos arriscadas e mais duradouras.

É com a participação comunitária que fazemos o resgate da arte das comunidades, que para a sustentabilidade no turismo tem um duplo aspecto: cultural e econômico. Ou seja, trata-se de valorizar o artesanato, a história, a identidade da comunidade receptiva e, simultaneamente, promovê-los como fonte de renda.

Nesse sentido, a sustentabilidade sociocultural propõe um modelo de desenvolvimento centrado na escala humana, em uma cultura de cooperação e parceria, objetivando encontrar caminhos para viabilizar o desenvolvimento local e o aprimoramento de suas potencialidades.

Trata-se de um modelo de turismo desenvolvido com o envolvimento dos próprios habitantes de um lugar, pensados como articuladores, construtores, gestores da rede turística e da cadeia produtiva, conscientes de que a renda e o lucro gerados pela atividade turística devem ser também geridos e distribuídos na comunidade, com o objetivo de promover a melhoria da qualidade de vida de todos os envolvidos e favorecer a geração de postos de trabalho, a partir da formulação, organização e implementação de estratégias sustentáveis do turismo e da hospitalidade pela comunidade.

3.4. Político-institucional

Para entendermos a importância da sustentabilidade político-institucional, é preciso que se compreenda que por trás de qualquer iniciativa política existem pessoas, cujos compromissos e visões de mundo podem ou não estar de acordo com os princípios da sustentabilidade. Nesse sentido, um dos instrumentos gerenciais mais utilizados para estimular a sustentabilidade político-institucional é a política da instituição que promove ou realiza alguma ação.

A política da instituição rege seus regulamentos, seu compromisso social e até orienta o comportamento que ela espera dos seus integrantes, diante da sociedade e entre eles mesmos. É um dos instrumentos mais tradicionais e utilizados por qualquer organização pública ou privada.

Os partidos políticos, por exemplo, têm políticas internas que regem a ideologia e o comportamento ético de seus membros. Grandes instituições privadas definem, cada vez mais, suas políticas institucionais para orientar em

linhas genéricas a postura ética dos seus funcionários que trabalham em escritórios virtuais ao redor do mundo, assim como seus objetivos de mercado e missão.

Para que a política da instituição estimule a sustentabilidade, basta que ela seja regida, aprovada e publicada dentro e fora da instituição. Assim, ela se compromete frente à sociedade com fundamentos éticos e políticos.

Quando uma instituição de turismo redige e aprova sua política, com a participação de todos os seus associados, esse documento se torna um parâmetro para as futuras decisões políticas da instituição. Recomenda-se que as instituições de turismo se comprometam com a sustentabilidade político-institucional das suas operações, agregando a elas esse compromisso social.

No caso do desenvolvimento turístico regional, existe uma interdependência real entre:

1. o governo, que precisa dos atores locais para formular políticas públicas eficazes;
2. os atores locais, que precisam de um governo que reconheça as dificuldades locais e estimule a organização dos sistemas de produção para o desenvolvimento sustentável da região.

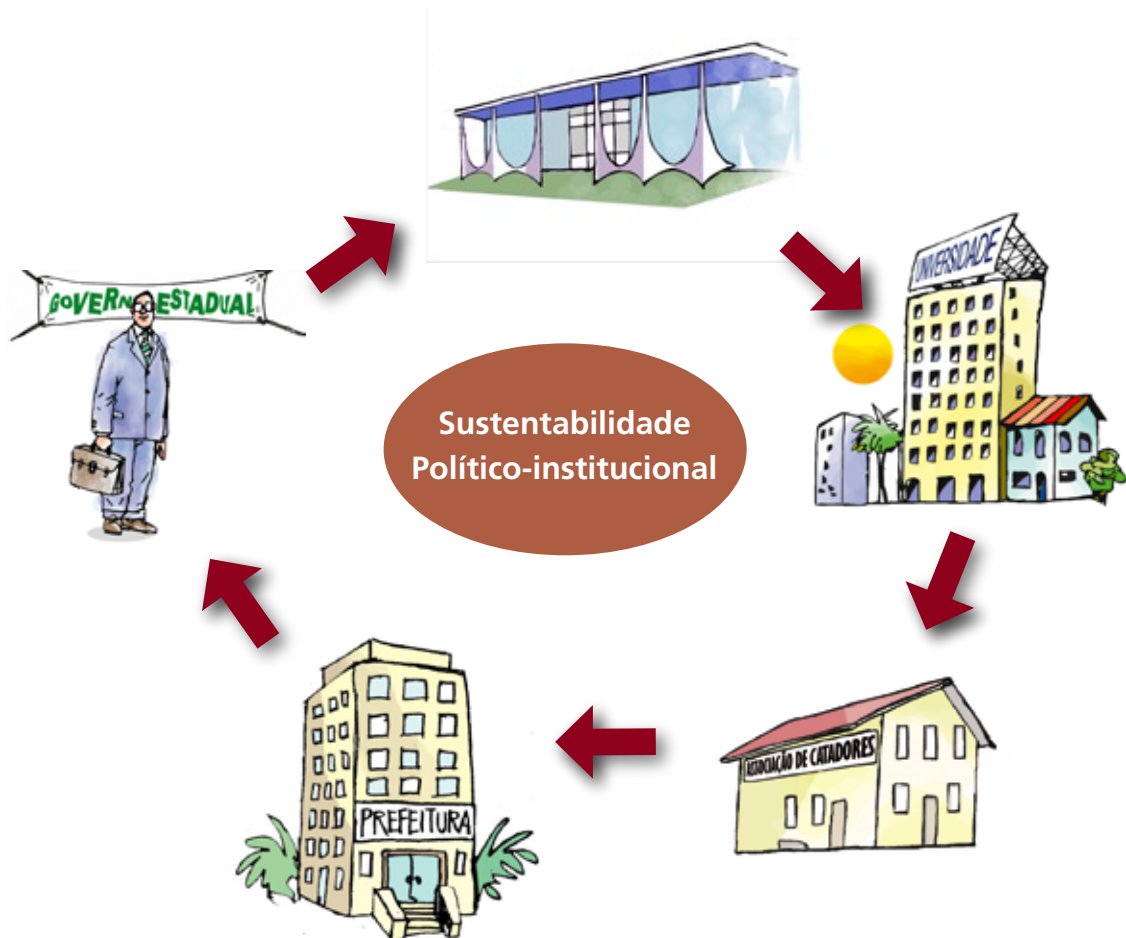
Diante de tudo o que foi dito, como podemos definir sustentabilidade político-institucional?

A sustentabilidade político-institucional refere-se à solidez e continuidade das parcerias e dos compromissos estabelecidos entre os diversos agentes e agências governamentais dos três níveis de governo e nas três esferas de poder, além daqueles atores situados no âmbito da sociedade civil.

É preciso estimular o desenvolvimento do turismo a partir de uma perspectiva integrada, onde instituições governamentais e não governamentais comprometidas trabalhem em parceria para garantir a sustentabilidade político-institucional, elemento essencial para o desenvolvimento competitivo, planejado e sustentável das regiões turísticas brasileiras.

Nesse novo relacionamento, espera-se que a sociedade civil assuma uma postura participativa e colaborativa e que o governo a perceba como uma verdadeira parceira, capaz de contribuir com eficácia e bom desempenho de suas funções.

A sustentabilidade político-institucional no turismo deve ser entendida como a continuidade de gestão das políticas de desenvolvimento turístico em horizontes temporais que superem o curto prazo dos mandatos políticos.



Assim, os atores desse processo devem ser os grupos representados por líderes comunitários, empresários, universidades, organizações da sociedade civil e demais membros da sociedade que analisam e manifestam os interesses coletivos da população de uma determinada região turística.

A sustentabilidade político-institucional tem influência na capacidade de organização de uma localidade. Transformar uma região em um destino turístico sustentável não é tarefa que se faz da noite para o dia.

É preciso levantar informações de mercado, definir públicos, criar infraestruturas, testar **roteiros turísticos**, articular os distintos atores em cada localidade e entre elas e, sobretudo, planejar o trabalho.

A OMT recomenda que as instituições de turismo, sejam elas públicas ou privadas, se organizem de forma tal que suas estruturas e suas práticas de gestão privilegiem a sustentabilidade político-institucional. É possível que no processo de execução dos trabalhos aconteçam mudanças políticas nas organizações que representam o setor. Essas mudanças na organização política das instituições podem desestabilizar o crescimento das regiões turísticas.

Alguns dos fatores que podem desestabilizar o processo de desenvolvimento regional são:

- falta de continuidade das políticas públicas de turismo;
- acentuada disputa por interesses políticos;
- falta ou pouca transparência na gestão pública do turismo;
- baixa cooperação interinstitucional;
- falta de planejamento do turismo regional;
- falta ou pouca participação do setor privado.

O desafio dos agentes locais e das instituições responsáveis é evitar que esses problemas se acentuem na região, a ponto de desestabilizar o processo de desenvolvimento. Embora isso seja evidente, o compromisso social dos políticos, e a participação ativa dos atores locais têm um papel essencial para que se possa atingir a sustentabilidade político-institucional.

Vejamos agora quais os princípios e instrumentos de gestão que têm uma conexão direta com a sustentabilidade político-institucional:

- participação ativa dos atores locais;
- cooperação entre o setor público e o privado;
- indicadores de sustentabilidade político-institucional.

O poder público, no mundo de hoje, vem passando por um processo de aperfeiçoamento das suas práticas de gestão, que tem como principais objetivos torná-la mais transparente, eficaz e menos burocrática. Uma das alternativas mais eficazes para promover essa mudança qualitativa do setor público é a participação de outros atores.

No Brasil, podemos testemunhar ainda, a formação de novas instituições que têm como finalidade estimular a participação da sociedade na discussão e controle do poder público. São reuniões que tratam de orçamento, planejamento participativo, consultas públicas ou mesmo encontros comunitários para discutir temas de interesse coletivo.

A sustentabilidade político-institucional das regiões turísticas depende, em grande parte, da capacidade de participação e do efetivo engajamento da sociedade.

Não basta que o Governo identifique as regiões turísticas. É preciso que a sociedade se apodere delas, lidere seu desenvolvimento e trabalhe em cooperação com o Estado para estimular a organização de verdadeiros sistemas turísticos regionais, que sejam ofertados ao mercado, neste caso como roteiros turísticos.

A alternativa recomendada pelo Ministério do Turismo é a de planejar e gerenciar o desenvolvimento turístico a partir de **Instâncias de Governança Regionais** que resultem da participação social e da cooperação entre as várias esferas de governo envolvidas com o desenvolvimento turístico regional e os atores locais, de modo que a responsabilidade pela elaboração, controle e, em alguns casos, execução de políticas públicas seja compartilhada.

Se tradicionalmente os governos limitavam-se a informar a sociedade sobre suas decisões políticas numa relação de um só sentido, hoje o amadurecimento das sociedades democráticas, associado às dificuldades evidentes do governo em atender demandas sociais, está consolidando canais de comunicação que estimulem a transparência, profissionalismo e sustentabilidade da gestão pública.

Nas últimas décadas, o aumento dos grupos organizados em sindicatos, associações, Organizações Não Governamentais – ONGs empresas mistas, agências de desenvolvimento e outras estruturas que facilitam o diálogo e a cooperação com o setor público, serve como um indicador social para perceber o interesse da sociedade em se aproximar do Estado.

Essa nova postura ativa da sociedade não é fruto do acaso. Vive-se um novo momento em que o poder público e a sociedade civil percebem no diálogo e na cooperação a oportunidade de solucionar problemáticas sociais e de desenvolvimento com maior efetividade. Esta nova prática traz benefícios ao sistema produtivo do turismo, aos governos em geral e à sociedade em particular.

Nesse cenário, o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil é um exemplo concreto do interesse do Estado em estimular a participação e o diálogo com a sociedade.

4 O papel da atividade turística no desenvolvimento sustentável

Neste capítulo, faremos algumas reflexões sobre o papel da atividade turística na construção do desenvolvimento sustentável. Cada uma das dimensões da sustentabilidade tratadas neste Caderno (ambiental, econômica, sociocultural e político-institucional) recebe influências significativas da atividade turística e, por isso, serão tratadas separadamente, conforme os impactos que essa atividade pode gerar em nossas vidas.

Mas, o que se entende por impacto?

O impacto ocorre quando uma ação ou um conjunto de ações incide sobre determinado aspecto no ambiente, originando uma transformação no seu comportamento ao longo do tempo.

Os impactos que o turismo pode gerar ao ambiente referem-se a um conjunto de modificações ou a uma seqüência de eventos, provocados pelo desenvolvimento da atividade nas localidades receptoras. Resultam de um processo e não constituem eventos pontuais. Como são diversos os setores da economia que interagem no turismo, a percepção desses impactos por vezes é complexa.

4.1. O papel da atividade turística na proteção do meio ambiente

O turismo tem, de fato, o potencial de colaborar com a proteção e a conservação do meio ambiente, e também com a conseqüente melhoria e manutenção da qualidade de vida das comunidades receptoras. Para que esse potencial se torne realidade, é necessário muito trabalho, planejamento e investimento de longo prazo, pois os benefícios gerados pela atividade turística são proporcionais aos esforços empregados.

Por outro lado, se nada for feito, os aspectos negativos começam a aparecer

rapidamente, tanto no meio ambiente e na vida da comunidade receptora, quanto no aspecto financeiro dos empreendimentos.

Para que tenhamos a compreensão da relação entre meio ambiente e turismo, é necessário que se estimule nos indivíduos (tanto os turistas quanto os membros da comunidade receptora) a capacidade de perceber o ambiente que os cerca. A compreensão do meio ambiente pode levar a ações transformadoras, mas para que isso ocorra é necessária a participação ativa de todos, e não só a observação passiva do que está acontecendo.

Nas regiões turísticas, os impactos do turismo poderão ser verificados por meio da elaboração e implementação do Plano de Monitoria e Avaliação⁴.

4.1.1. Impactos ambientais positivos do turismo

Há diversas maneiras de o turismo contribuir para a conservação e a proteção do meio ambiente, gerando os seguintes impactos positivos:

- **aumento no investimento para conservação e manutenção do ambiente visitado**, por meio de contribuições financeiras diretas, resultantes da venda de serviços, da compra de ingressos em parques ou do pagamento de taxas ambientais em determinados destinos. Uma parte dos recursos arrecadados pode e deve ser investida na conservação e manutenção do ambiente visitado;
- **melhoria das condições ambientais do destino**, aliada à melhoria da infra-estrutura básica da localidade, como os sistemas de saneamento, de transporte (estradas de acesso etc.), de comunicações, de saúde, paisagismo da área urbana (praças, calçadões etc.), trazendo benefícios para a população local. Os recursos para efetivar essas melhorias podem vir por meio de contribuições financeiras indiretas, como o pagamento de impostos, por meio do recebimento do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) ecológico, por meio de empréstimos diretamente vinculados à vocação turística da localidade, como por exemplo por meio de programas do Governo Federal como o Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) e o Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal (PROECOTUR);

⁴ Esse tema pode ser aprofundado no Módulo Operacional 9 – Sistema de Monitoria e Avaliação do Programa, dos Cadernos de Turismo.

- **geração de emprego e renda.** Em áreas naturais, as oportunidades que o turismo oferece podem ajudar a diminuir a pressão sobre o uso não sustentável e, às vezes, ilícito dos recursos naturais, o que ameaça a integridade das Unidades de Conservação (UCs) do país. O turismo produz impactos em diversos segmentos da economia, empregando em sua cadeia desde mão-de-obra mais qualificada, em áreas que se utilizam de alta tecnologia (como transportes e comunicação), até a de menor qualificação, tanto no mercado formal quanto no informal. São várias as oportunidades de ganho para as comunidades que vivem no entorno das UCs. Como exemplo, pode-se citar a confecção e a venda de artesanato, o fornecimento de alimentos para hotéis e restaurantes por meio da agricultura familiar, a venda direta de produtos da terra ou doces feitos de forma artesanal, a disponibilização de animais de montaria para o turismo eqüestre ou turismo rural, entre outros;
- **escolha e uso eficiente de **tecnologias ambientalmente saudáveis**,** que não degradem o ambiente, e de fontes limpas de energia que poderão ser adotadas, a partir da conscientização do poder público, iniciativa privada, sociedade civil e terceiro setor, sobre os seus benefícios;
- **conservação, preservação, proteção e recuperação dos ambientes naturais.** O turismo pode agregar valor às áreas naturais, principalmente às Unidades de Conservação, como parques e reservas particulares, na medida em que esses ambientes são cada vez mais procurados pelos turistas. O poder público local e os empresários do setor tendem a investir em medidas de conservação, a fim de manter a qualidade e conseqüente atratividade dos destinos. Com uma visita organizada e controlada, é possível utilizar de maneira sustentável as áreas naturais mais preservadas. Além disso, o turismo pode induzir ou estimular a recuperação de áreas degradadas, uma vez que a qualidade ambiental da área está se tornando pré-requisito para a escolha do local pelo turista;
- **sensibilização dos turistas para as questões ambientais,** ampliando sua percepção da realidade e contribuindo para conservação e proteção do ambiente visitado (responsabilidade compartilhada). Quanto ao poder público local, a iniciativa privada, a sociedade civil e o terceiro setor, a percepção de que a competitividade do destino está diretamente ligada à sua qualidade ambiental pode também operar mudanças de postura em relação aos cuidados com o meio ambiente.

4.1.2. Impactos ambientais negativos do turismo

Os impactos negativos do turismo são mais numerosos e apresentam resultados mais rápidos. É importante notar que qualquer ação tem consequências no ambiente natural, isto é, muitos impactos negativos, sejam eles socioculturais ou econômicos, terão consequências nocivas ao meio ambiente. Por exemplo, a descaracterização de uma comunidade tradicional, como consequência do turismo não planejado e não inclusivo, refletirá na maneira como essa comunidade vai se relacionar com o ambiente e com os recursos naturais disponíveis à sua volta, buscando outras fontes de renda. Entre os impactos ambientais negativos do turismo, podemos citar:

- **ampliação da demanda pelos recursos naturais disponíveis**, que pode gerar competição com a população local pelo uso dos recursos e a conseqüente degradação destes, devido ao uso excessivo ou inadequado. Como exemplo, pode-se citar o caso da falta de água em determinadas localidades nas épocas de alta temporada, ou o caso do turismo de pesca em alguns destinos, quando os barcos dos turistas competem com as canoas dos pescadores artesanais locais. Nesse último caso, podem ser muitas as conseqüências: diminuição dos estoques de pescados disponíveis, com alteração no equilíbrio do ambiente natural, indução da comunidade local a procurar outro tipo de recurso natural para a sua sobrevivência etc. É válido destacar que a ampliação da demanda pelos recursos naturais disponíveis pode se caracterizar como um impacto positivo ou negativo, dependendo da forma como a atividade turística for conduzida;
- **poluição em todas as suas formas**: o turismo pode causar poluição de diversas maneiras. Vejamos alguns exemplos:
 1. emissão de gases nocivos a camada de ozônio, contribuindo para o aquecimento global, causados pelos meios de transporte;
 2. lançamento de óleo na água, por lanchas, iates, barcos e navios;
 3. poluição sonora, pela utilização de aparelhos de som, excesso de pessoas visitando uma área natural sem se preocuparem com o barulho que emitem;
 4. excesso de produção e destinação inadequada do lixo, que muitas vezes é encaminhado para lixões a céu aberto, além do lixo jogado pelos turistas, que degrada a paisagem e a qualidade de vida da comunidade local;

5. inexistência de saneamento básico, que tem como consequência a descarga de esgoto diretamente na água. Além do impacto na biodiversidade (peixes, corais, plantas aquáticas etc.), que é mais difícil de ser notado, há o impacto na paisagem, com mudanças na coloração da água e odores desagradáveis, descarga de substâncias tóxicas e não degradáveis etc.
- **uso excessivo dos recursos:** acontece quando o nível de uso dos recursos pelo turista ultrapassa a capacidade do ambiente de se recompor. Nesse caso, a capacidade de suporte do atrativo foi ignorada, preferindo-se dar prioridade aos apelos da demanda. Como exemplo, pode-se citar o número



elevado de turistas que visitam ao mesmo tempo um atrativo natural frágil (como uma lagoa dentro de uma caverna), degradando o atrativo até a sua descaracterização. Isso pode acontecer também com atrativos culturais;

- **uso inadequado do solo:** desmatamento, **erosão** e interferência na paisagem. Um exemplo muito comum é a retirada da mata ciliar para a instalação de equipamentos turísticos, fato que, além de desrespeitar a lei, causa erosão e o conseqüente **assoreamento** dos corpos d'água, interferindo na paisagem e na qualidade ambiental do local;
- **ancoragem e posterior pisoteamento e quebra de corais**, resultado de atividades aquáticas (como mergulho, caça submarina etc.) em ambientes marinhos e lacustres frágeis;
- **mudança de comportamento da fauna silvestre**, como resultado da aproximação dos turistas, trazendo como conseqüência mudanças no equilíbrio do ecossistema. Como exemplo, pode-se citar a alimentação inadequada dos animais silvestres fornecida pelos turistas ou mesmo pelos empreendedores do turismo, como forma de atrair a fauna local para perto das máquinas fotográficas dos seus clientes, gerando mudanças de comportamento dos animais que podem, inclusive, tornar-se agressivos na busca pelo alimento fácil;
- **degradação e ocultação da paisagem**, como resultado da inadequação da infra-estrutura turística (por exemplo, gigantescos empreendimentos hoteleiros, que freqüentemente contrastam com a arquitetura local, e a mistura de estilos de construção, que descaracterizam a paisagem);
- **desenvolvimento além do esperado**, aglomeração e congestionamento. Falta de estudos, fiscalização e monitoramento da capacidade de suporte: o desrespeito à capacidade de suporte em áreas naturais, de equipamentos e atrativos, que pode gerar desconforto para a comunidade receptora e para o turista, com redução da qualidade da experiência, destruição da vegetação, erosão em trilhas, comprometimento das fontes de água potável e das fontes de água para recreação, entre outros problemas;
- **vandalismo, que pode causar a degradação das estruturas e dos equipamentos turísticos**. Além disso, pode causar a perda irreparável de recursos naturais, históricos e culturais. Um exemplo clássico é a coleta, pelos turistas, de lembranças do ambiente visitado, como pedaços de rochas com inscrições rupestres, plantas, flores etc.

4.2. O papel da atividade turística no desenvolvimento sociocultural

A seguir são apresentadas algumas variáveis que podem subsidiar o planejamento, gestão, monitoramento e avaliação dos impactos da atividade turística no desenvolvimento sociocultural das regiões turísticas.

4.2.1. Impactos socioculturais positivos do turismo

Tradicionalmente, os impactos socioculturais do turismo têm sido tratados apenas sob o ponto de vista de seus aspectos negativos. No entanto, o turismo também pode contribuir positivamente nesse campo, promovendo contatos entre diferentes comunidades.

A qualidade da atividade turística depende não só dos atrativos principais oferecidos no local, mas também de uma série de itens de infra-estrutura e serviços disponíveis. Normalmente, o turismo traz consigo melhoria nas condições sociais e sanitárias da região em que se desenvolve, pois os turistas dão prioridade aos aspectos relacionados ao bom atendimento, saúde e higiene.

Essa melhoria costuma se estender também a outros setores, como: saneamento básico, iluminação pública, coleta de lixo, melhoria nas comunicações e nos transportes, aumento da profissionalização e do nível educacional, rede de serviços financeiros etc. Tudo isso pode significar melhoria na qualidade de vida dos moradores.

Por outro lado, o turismo pode ajudar a estimular o interesse dos moradores por sua própria cultura, suas tradições, costumes e patrimônio histórico, uma vez que os elementos culturais de valor para os turistas são recuperados e conservados, para que possa ser incluídos na atividade turística. Esse despertar cultural pode constituir uma experiência positiva para os moradores, dando-lhes certa conscientização sobre a continuidade histórica e cultural de sua comunidade que, por sua vez, podem se tornar aspectos que potencializem a atratividade do lugar. Dessa forma, o turismo contribui para:

- a preservação e a reabilitação de monumentos, edifícios e lugares históricos;
- a revitalização dos costumes locais: artesanato, folclore, festivais, gastronomia etc.

O turismo pode ser ainda um fator de aceleração de mudanças sociais

positivas na comunidade, em termos de maior tolerância e bem-estar. Os impactos socioculturais da atividade turística podem ser benéficos quando entusiasma os moradores a buscar e trabalhar por melhorias, ou seja, melhorar a qualidade de vida e fomentar os valores ligados à igualdade. Por exemplo, os postos de trabalho proporcionados pela atividade turística têm permitido maior mobilidade na escala social em comunidades muito hierarquizadas.

Por último, outro impacto benéfico que o turismo pode oferecer é o intercâmbio cultural entre moradores das regiões receptoras e visitantes. Esse tipo de experiência incide diretamente sobre a percepção do visitante em direção a outras culturas e maneiras de viver, aumentando a compreensão e o respeito às diferenças.

4.2.2. Impactos socioculturais negativos do turismo

O contato entre o turista e as localidades hospedeiras, em alguns casos, é marcado por contradições, tensões e problemas. Apesar disso, essa interação pode, simultaneamente, favorecer a criação de oportunidades para o fortalecimento da identidade social e, conseqüentemente, da preservação do patrimônio cultural e coletivo dos indivíduos e grupos das comunidades receptoras.

Os estudos sobre impactos sociais do turismo observam que o excesso de habitantes temporários (turistas) num determinado lugar, intervém no meio ambiente natural e humano, na medida em que territórios são constantemente desmatados para a construção de *resorts*, e os rios são represados para a prática de esportes náuticos, entre outros problemas.

O turismo sem sustentabilidade acelera o processo de modificação de culturas locais – portadoras de outros hábitos e crenças – transformando as relações tradicionais. Transformam-se costumes e são geradas novas necessidades de consumo, aceleram-se as diferenças entre visitantes e prestadores de serviços, causando influências e impactos no modo de vida das pessoas do lugar.

Muitas vezes, quando o turismo não é planejado e ignora os princípios da sustentabilidade, as trocas aceleram a relação econômica (mercantilista) entre consumidores e prestadores de serviços, mas deixam de lado a relação entre os sujeitos sociais (relação cívica).

No aspecto ético-moral, como conseqüência do modelo de turismo sem sustentabilidade, a prostituição e a exploração sexual infanto-juvenil aumentam

em todo o território. Além disso, o turismo pode conduzir a processos de exclusão social, econômica e cultural, e com isso gerar bons resultados apenas para grandes empresas que vendem e lucram com a exploração da região. Algumas demandas turísticas fazem a população adaptar-se – face à necessidade de sobrevivência e sem maiores alternativas. O crescimento da prostituição e do comércio de drogas em áreas turísticas é um exemplo bastante eloquente deste ponto. Essas duas mazelas costumam se instalar em localidades que descobriram o turismo como agente econômico indutor. Seu enfrentamento é importante para a manutenção do vigor do turismo local.

O turismo desordenado, sem a preocupação com a sustentabilidade, sobrecarrega a infra-estrutura de água, luz, telefonia, esgoto e transporte de toda a coletividade de cidadãos de um destino turístico, cuja qualidade de vida pode ser impactada pela poluição ambiental, sonora e visual que a atividade turística pode produzir. Congestionamentos no trânsito, crescimento da violência, aumento dos preços de itens básicos de alimentação, maior consumo de água, luz e aumento na produção de lixo têm se configurado como questões recorrentes e impactantes, em áreas turísticas brasileiras e mundiais.

Também o número exagerado de visitantes pode levar a deterioração de sítios naturais, arqueológicos e históricos, comprometendo a sustentabilidade da atividade turística em certos locais. A manutenção de destinos turísticos exige cuidados – geralmente onerosos – e um grau de consciência ambiental e cultural nem sempre presentes nos turistas. A degradação do patrimônio cultural local e a tentativa em adaptar-se às expectativas dos visitantes, geralmente deformam especificidades e tornam homogêneas as peculiaridades locais. Em consequência, ocorre com frequência uma certa “modernização” de alguns sítios turísticos, desfigurando completamente o que havia como atração.

Destaca-se que a expansão do fluxo turístico, nas últimas décadas, ainda não está acompanhada de processos que fortaleçam a inclusão sociocultural das populações e grupos sociais. Pelo contrário, em muitos lugares esse fluxo tem provocado um processo em que os habitantes locais são levados a se desfazerem de suas terras, sendo excluídos dessa expansão, o que caracteriza um processo de desterritorialização e conseqüente exclusão.

4.3. O papel da atividade turística na economia local

Como mencionado anteriormente, a atividade turística tem grande repercussão na economia dos locais onde se desenvolve, ainda que sua

importância tenha intensidade diferente, conforme o dinamismo e a diversificação dos setores econômicos que são ali desenvolvidos.

O turismo pode trazer benefícios e alguns transtornos para as comunidades envolvidas. Se a atividade for bem planejada e gerida, provavelmente os efeitos positivos serão superiores aos negativos. Se o planejamento não for feito de forma correta, há uma probabilidade maior de que a atividade gere mais problemas do que ganhos.

Por meio de um planejamento, um ordenamento e um gerenciamento cuidadosos, os benefícios do turismo podem ser maximizados e seus problemas minimizados, mas algumas incertezas são inevitáveis.

As regiões pouco desenvolvidas são caracterizadas, normalmente, por baixos níveis de renda, altos índices de desemprego, baixo desenvolvimento industrial e social e pela grande dependência da agricultura. Por isso, a circulação de dinheiro que a atividade turística pode proporcionar tem nessas regiões efeitos mais significativos que em outras, impulsionando o desenvolvimento local.

Quando um turista chega a determinado destino turístico e realiza gastos, isso irradia impactos sobre uma vasta gama de serviços e equipamentos, que não são necessariamente voltados para atender ao turismo. Esses impactos incidem sobre a utilização do comércio local, como, táxis, farmácias, bancas de revistas, postos de gasolina etc., até equipamentos da infra-estrutura da cidade, como bancos, hospitais, redes sanitárias e vias de deslocamento.

Dessa maneira, indiretamente, o incremento econômico proporcionado pela atividade turística, afetará setores que fornecem insumos à cadeia produtiva do turismo, como: distribuidores de bebidas e alimentos, setores de formação profissional especializados, setores têxteis, redes bancárias etc., sendo que essa rede cria uma série de postos de trabalho. Os gastos desses novos trabalhadores em outros setores pode ser chamado de efeito induzido, tema que será abordado adiante.



Normalmente, o valor dos gastos realizados pelos turistas representa uma forma pela qual se mede o impacto econômico da atividade, mas esse dado é incompleto. Na verdade, ocorrem ainda outros impactos positivos e também negativos sobre a economia. Nesse último caso, um exemplo pode ser a sazonalidade da renda gerada ou dos postos de trabalho, a inflação localizada que atinge a população local e o fato de parte da renda gerada pela atividade não ficar na região.

O efeito multiplicador é o conceito econômico mais utilizado para se estimar o efeito total do turismo sobre a geração de renda. O efeito multiplicador do turismo tem três vertentes básicas:

- efeito direto, também chamado de “gastos na linha de frente”, que consiste nas compras realizadas pelos turistas nos estabelecimentos que fornecem bens e serviços turísticos. Basicamente são os dispêndios diretamente feitos pelos turistas com hospedagem, alimentação, diversão, artesanato, transporte local etc.;
- efeito indireto, que consiste na repercussão das compras feitas pelos estabelecimentos da linha de frente. Por exemplo, os hotéis, na medida em que comprem bebidas, alimentos ou ainda se utilizam de serviços como os

bancários, irradiam para outros setores parte dos benefícios que recebem por estarem na linha de frente, fazendo com que o dinheiro circule. Além disso, postos de trabalhos e empregos sendo gerados e tributos são pagos. O mesmo raciocínio pode ser feito para todos os vendedores de bens e serviços da linha de frente;

- efeito induzido é aquele gerado através dos salários, aluguéis e juros recebidos das atividades turísticas que, por sua vez, geram outras atividades econômicas. Esse efeito é provocado pelo pagamento de salários, juros e aluguéis feitos pelos mesmos vendedores de bens e serviços da linha de frente. Uma camareira de uma pousada, por exemplo, ao receber seu salário e gastá-lo com alimentos, estará passando adiante parte do impulso recebido para comerciantes não diretamente beneficiados pela atividade turística.

Em resumo, o efeito multiplicador da atividade turística pode ser obtido somando-se os efeitos diretos, indiretos e induzidos. Seu cálculo não é simples, pois algumas variáveis podem ser de estimativa muito subjetiva. Apesar dessas dificuldades, a estimativa do multiplicador é fundamental para importantes tomadas de decisão para o desenvolvimento do setor. Abaixo serão mostrados alguns impactos do turismo na economia.

4.3.1. Impactos econômicos positivos do turismo

O turismo é capaz de gerar um número expressivo de repercussões nas localidades onde a atividade é introduzida ou ampliada. Um grande número de impactos econômicos positivos pode ser gerado com o desenvolvimento da atividade turística. Abaixo serão relacionados os mais relevantes:

- **geração de novas ocupações permanentes e/ou temporárias:** a criação de novos postos de trabalho parece ser o principal desafio dos tempos atuais. A maioria dos setores econômicos tem utilizado – de maneira crescente – tecnologias intensivas no fator capital (instalações, máquinas e equipamentos) e poupadoras de mão-de-obra. Em consequência, aumenta-se a produção com menos pessoas ocupadas. Em geral, o número de postos de trabalho criados é significativamente inferior aos postos extintos. Mas o turismo surge com uma relativa importância estratégica, já que possui uma significativa capacidade de gerar empregos a um custo menor que em outros setores, como o comércio e a indústria. No que se refere ao Brasil, a atividade ainda tem um mérito adicional, uma vez que a diversidade cultural e natural do País indica boas perspectivas de crescimento, permitindo que o

potencial turístico seja transformado em realidade, auxiliando na redução das altas taxas de desemprego que assolam a economia brasileira na atualidade. Outra boa repercussão da ocupação da mão-de-obra local é sua retenção nas áreas turísticas, diminuindo o êxodo para as maiores cidades. Finalmente, salienta-se o impacto positivo gerado pela utilização de mão-de-obra qualificada, o que tende a elevar o padrão da própria mão-de-obra local;

- **ampliação na arrecadação de tributos locais:** o incremento da atividade turística provoca um crescimento na geração de tributos, na medida em que estes acompanham a elevação da renda gerada em determinada localidade. O aumento no recolhimento de tributos pode gerar melhorias na infraestrutura turística e não turística, beneficiando, em maior ou menor grau, a população residente. Dentre as ações que buscam atender os anseios dos visitantes, mas que também beneficiam os moradores locais, destacam-se as melhorias de estradas, dos acessos, da sinalização, das telecomunicações, postos de saúde, agências bancárias etc.;
- **geração e aumento da renda local:** a expansão da renda gerada numa cidade onde se desenvolve o turismo amplia a massa salarial⁵, os aluguéis recebidos, o lucro dos empreendedores locais que investiram naquela atividade etc. Isso provoca, pelo menos, dois impactos favoráveis ao ambiente econômico: uma melhoria no padrão de vida, já que circula mais dinheiro, ou seja, maior poder de compra local e os comerciantes e prestadores de serviço tendem a investir seus lucros na própria comunidade, o que não acontece obrigatoriamente com os empresários não residentes;
- **implantação de infra-estrutura turística:** a exploração da atividade turística, com raras exceções, pressupõe a existência de uma infra-estrutura mínima. Para atender aos anseios dos visitantes são necessárias estradas, acesso às atrações turísticas locais, sinalização turística, centros de atendimento ao visitante, meios de hospedagem e alimentação etc. Como consequência do aumento do fluxo de turistas, novos empreendimentos com vistas a atender essa demanda surgirão. Contudo, não só o turista irá se beneficiar desse padrão de oferta de infra-estrutura, mas toda a população local. A construção desses empreendimentos, motivados pelo fluxo de visitantes, gera também empregos e postos de trabalho para a comunidade;

⁵ A massa salarial representa a soma de todos os salários pagos aos trabalhadores durante o ano.

- **geração e aumento das compras locais:** além de empregar fatores de produção locais (mão-de-obra, instalações, equipamentos etc.) os investimentos turísticos também tendem a adquirir seus insumos – alimentos, frutas, artesanatos, bens manufaturados etc. – próximos ao local de venda, desde que haja competitividade. Tais compras irradiam internamente os benefícios gerados pela atividade turística e representam a forma pela qual a linha de frente beneficia àqueles setores que a suprem de bens e serviços; em economia é o que se chama de efeito “induzido” de um investimento. Um novo hotel em área costeira, por exemplo, ao comprar peixes e frutos do mar junto a pescadores locais está, evidentemente, estimulando a economia local;
- **melhoria dos padrões de conservação:** o turismo tem, de fato, o potencial de colaborar com a proteção e a conservação do ambiente e com a conseqüente melhoria e manutenção da qualidade de vida das comunidades receptoras. A atividade pode agregar valor às áreas naturais e históricas, principalmente às Unidades de Conservação e sítios tombados, à medida que esses ambientes são cada vez mais procurados pelos turistas. Poder público local e os empresários do setor tendem a investir em medidas de conservação, a fim de manter a qualidade e a conseqüente atratividade do destino e dos atrativos. Com uma visita organizada e controlada, é possível utilizar de maneira sustentável as áreas mais demandadas. Além disso, o turismo pode induzir ou estimular a recuperação de áreas degradadas, uma vez que a qualidade ambiental da área está se tornando pré-requisito para a escolha do local pelo turista.

4.3.2. Impactos econômicos negativos do turismo

Da mesma forma que possui um elevado número de benefícios econômicos, a atividade turística também traz consigo problemas que podem ser graves, em conseqüência da ineficiência do planejamento turístico e da gestão pública inadequada. Vejamos alguns deles:

- **aumento exagerado do fluxo de turistas:** o desenvolvimento turístico acima das possibilidades locais gera uma série de conseqüências danosas para a população residente, como congestionamento no trânsito, ruídos em excesso e poluição do ar, podendo criar um clima de resistência da população em relação à atividade turística e, evidentemente, representar uma queda na qualidade de vida. Com uma gestão adequada pode-se minimizar este ponto, mas não resolvê-lo completamente, já que a sazonalidade parece ser uma característica implícita à atividade turística;

- **elevação do custo de vida local:** apesar de alguns bens e serviços demandados pelos turistas não serem necessariamente aqueles demandados pelos residentes em lugares ou cidades onde o turismo está presente, ocorre uma certa “contaminação” nos preços desses últimos, particularmente durante as altas estações. Durante essa temporada, fatores de produção e insumos são absorvidos pelo mercado turístico – que normalmente remuneram melhor – diminuindo a oferta no mercado não turístico e, logo, aumentando seus preços;
- **mão-de-obra importada e remessa de lucros:** uma importante porção dos benefícios trazidos pela atividade turística pode ser prejudicada, caso os fatores de produção (especialmente a mão-de-obra) e os insumos e bens finais vendidos na linha de frente forem importados. Nesse caso, o efeito multiplicador do turismo não se realiza e, após passada a alta estação, nenhum vigor econômico restará, pois todas as repercussões se realizarão fora do local do impulso original.

Acrescente-se que o próprio capital (a propriedade do equipamento turístico, por exemplo) pode ser externo à área de exploração, gerando seguidas remessas de lucros, patentes, *royalties* etc. para longe da comunidade onde se encontra o equipamento.

Conclui-se com um importante ponto: a atividade turística tem elevada capilaridade e grande poder de difusão de seus impactos. A questão é que esses impactos podem ser positivos ou negativos. Daí o cuidado exigido em sua formulação, implementação e controle.

4.4. O papel da atividade turística no desenvolvimento político-institucional

No campo da sustentabilidade político-institucional, alguns indicadores qualitativos podem contribuir para as avaliações de processo do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Ainda que possamos definir o termo “região” como um espaço geográfico, o conceito aqui utilizado é mais abrangente, tendo como base o esforço de construção coletiva de um novo modelo de planejamento, monitoramento e avaliação, e pensando os aspectos sociais, culturais e políticos em sua integração, objetivando uma nova concepção de relacionamento (cooperação, parceria, diálogo, troca) entre o poder público e a sociedade civil, representada pelas diversas organizações e instituições que a constituem.

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil é um modelo de gestão de políticas públicas realizadas de forma descentralizada, coordenada e integrada.

Para que esse modelo de gestão seja implementado com sucesso, é fundamental que os pressupostos da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial, cooperação institucional e sinergia de decisões sejam levados em consideração. O objetivo do processo de regionalização é a integração entre municípios, estados e regiões para o desenvolvimento do turismo no País.

As ações para a avaliação da sustentabilidade no processo de regionalização do turismo devem estar ancoradas nos seguintes pressupostos:

- **intersectorialidade**, que deve ser o eixo estruturador das ações, a fim de possibilitar uma abordagem global e conseqüentemente dos diferentes problemas que afligem o terreno do turismo e da hospitalidade;
- **participação**, que consiste num sólido compromisso dos atores sociais mais significativos, de modo que, ao abranger os diversos segmentos da sociedade civil, propicie a multiplicação e a articulação dos esforços pela promoção de mudanças sociais e culturais.

Vejamos alguns impactos positivos e negativos da atividade turística, do ponto de vista político-institucional.

4.4.1. Impactos político-institucionais positivos do turismo

Quando desenvolvida com planejamento e seguindo os princípios da sustentabilidade político-institucional, a atividade turística pode contribuir com os seguintes impactos positivos:

- **novo relacionamento entre setor público e privado**: na medida em que o turismo passa a ser uma atividade socioeconômica importante para uma determinada localidade, ele passa necessariamente a envolver diversos atores em sua cadeia produtiva, direta e indiretamente. Se bem planejado e estruturado, o turismo pode ser um vetor de integração entre os setores público e privado, estabelecendo parcerias duradouras e uma cultura de colaboração entre as duas esferas;

- **fomento à participação social:** uma vez que a atividade turística envolve os interesses de diversos segmentos sociais, ela pode fomentar também o interesse de todos os atores envolvidos com a atividade turística para a participação nas decisões relevantes para o desenvolvimento de uma região turística. Um bom exemplo disso é que, se a atividade turística for planejada e seguir os princípios da sustentabilidade político-institucional, ela pode ser um indutor para a criação de instituições que têm como finalidade estimular a participação, discussão e controle do poder público por parte da sociedade, como fóruns, associações etc.;
- **transparência na gestão pública e privada:** já vimos que o turismo bem planejado pode contribuir, numa determinada localidade, para que se estabeleça um novo relacionamento entre setor público e privado e fomentar a participação dos atores sociais na discussão de temas importantes para sua vida e posterior tomada de decisões. Em decorrência desse novo quadro, tanto gestores públicos como privados passam a se preocupar em transmitir informações mais claras e fidedignas com relação às suas ações institucionais, criando uma cultura de transparência e, em consequência, dando mais força e segurança ao processo de desenvolvimento do turismo com sustentabilidade;
- **continuidade das políticas públicas:** assim como pode-se criar uma cultura de transparência, a partir do desenvolvimento do turismo bem planejado e orientado pelos princípios da intersetorialidade e da participação, da mesma forma pode-se criar uma cultura de valorização e priorização do interesse público em relação aos interesses privados. Significa a garantia de que as políticas públicas bem formuladas e implementadas não terão sua continuidade ameaçada em momentos de mudanças políticas, por motivos que envolvam disputas e interesses estritamente particulares.

4.4.2. Impactos político-institucionais negativos do turismo

Ao contrário do que vimos no item anterior, uma vez que o turismo se desenvolva de forma desordenada e sem planejamento, não levando em consideração os princípios da sustentabilidade político-institucional, ele pode contribuir para que alguns impactos negativos sejam criados ou agravados numa localidade. Vejamos alguns desses impactos:

- **insegurança institucional:** trata-se da situação que envolve mudanças na direção da política orientadora dos processos de gestão das organizações pública e privadas, a partir de interesses particulares e de disputas políticas.

Uma vez que a atividade turística cresça, sem contribuir para a construção das estruturas que permitam uma boa relação entre os atores envolvidos com a atividade, ela pode fomentar uma disputa predatória por seu controle e, conseqüentemente, pelos ganhos que produz. Como conseqüência, pode se estruturar um processo de forma que a continuidade das políticas públicas de turismo seja ameaçada por essa constante disputa;

- **cultura de desagregação:** como resultado da dinâmica aonde o que vale são os interesses particulares, e não o interesse público, cria-se em toda a sociedade uma cultura de desagregação, minando os processos de participação social e impossibilitando que parcerias sejam estabelecidas para a construção do desenvolvimento sustentável. O turismo, quando introduzido sem ordenação e planejamento, pode ser um indutor desse processo de desagregação;
- **falta de participação do setor privado:** se a atividade turística se desenvolver criando uma cultura de desagregação e num contexto de insegurança institucional, esse cenário pode produzir uma redução da participação do setor privado na tentativa de construção do desenvolvimento sustentável. Em geral, a insegurança e o risco excessivo de mudança de rumos, faz com que os empreendedores do setor privado se afastem e prefiram não investir na localidade. Além disso, o setor privado passa a não se interessar e envolver com as discussões e decisões referentes às políticas públicas, criando um afastamento ainda maior entre os setores público e privado, e fazendo com que não se crie uma cultura de transparência, de ambos os lados;
- **falta de participação da sociedade civil:** assim como no caso dos empreendedores do setor privado, numa dinâmica em que o turismo é mal planejado e estruturado, a sociedade civil também se afasta do processo de discussão e tomada de decisões referentes às políticas públicas. Aqui, o princípio da participação não é respeitado, e a sociedade civil também não tem espaço e confiança para tomar parte no processo de desenvolvimento de uma região.

5 Sistema de gestão do turismo sustentável

Os sistemas de gestão da sustentabilidade proporcionam uma base estável, coerente e consistente para o desempenho sustentável e a manutenção de um empreendimento, de um município, região turística, estado ou até mesmo de um país. A intenção não é apenas controlar os impactos, mas também buscar os resultados que irão fazer com que o turismo possa contribuir ativamente para a conservação, revitalização e recuperação dos recursos naturais e buscar resultados econômicos com ética, contribuindo para a promoção da justiça social e a valorização das culturas locais.

É válido ressaltar que um sistema de monitoria e avaliação leva em consideração não só os aspectos ambientais, como também os socioculturais, econômicos, e, em alguns casos, os políticos. No âmbito do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiro do Brasil será estabelecido um sistema de monitoria e avaliação, que será aplicado em âmbito nacional, estadual, regional e municipal para que, a partir das informações geradas e disponibilizadas por ele, sejam tomadas decisões e providenciados os ajustes necessários ao Programa, a fim de mantê-lo atualizado e garantir sua correta implementação.

Nos processos de monitoria e avaliação, no turismo, é importante que a avaliação não se concentre apenas nos resultados obtidos, mas se estenda aos processos. Por meio desses mecanismos de controle, os desvios podem ser detectados e é possível reprogramar atividades e fornecer elementos para as inevitáveis revisões.

Por isso, a construção de um processo de monitoria e avaliação já deve estar prevista na montagem dos planos e programas. Para que isso seja possível, é necessário construir indicadores parciais de resultados e de processos, ou seja, em um determinado período de tempo alguns resultados previstos (anteriormente determinados) deverão ser encontrados e alguns processos deverão ser iniciados.

A avaliação separa passado, presente e futuro, com a intenção explícita de intervir socialmente para modificar uma situação atual. Desse modo, a dimensão histórica do processo deve ser levada em conta, já que mesmo

quando uma intervenção é limitada e pontual, ela acontece dentro de um contexto amplo e não pode ser compreendida fora dele.

Esses sistemas devem ser medidos por meio de indicadores estabelecidos, e é muito importante a integração dos atores envolvidos na atividade turística, para sua construção e operacionalização.

Num contexto em que a sociedade exige resultados concretos da gestão pública e das instituições representativas do setor turístico, os indicadores de turismo sustentável vêm consolidando-se como principal instrumento de controle e monitoramento do desempenho da atividade turística.

Falamos em indicadores, mas como podemos defini-los?

Indicadores são ferramentas utilizadas nos sistemas de gestão e nos planos de monitoria e avaliação para dimensionar as mudanças nos aspectos considerados mais importantes da sustentabilidade de uma região ou produto turístico. Esses indicadores possibilitam identificar e avaliar o resultado das ações empreendidas.

Desse modo, os indicadores são parâmetros específicos que podem ser monitorados e ajudam a avaliar o sucesso do planejamento turístico em direção à sustentabilidade e os progressos ou retrocessos do processo. O uso de indicadores pode funcionar também como um alerta, além de auxiliar na prevenção de situações consideradas indesejáveis.

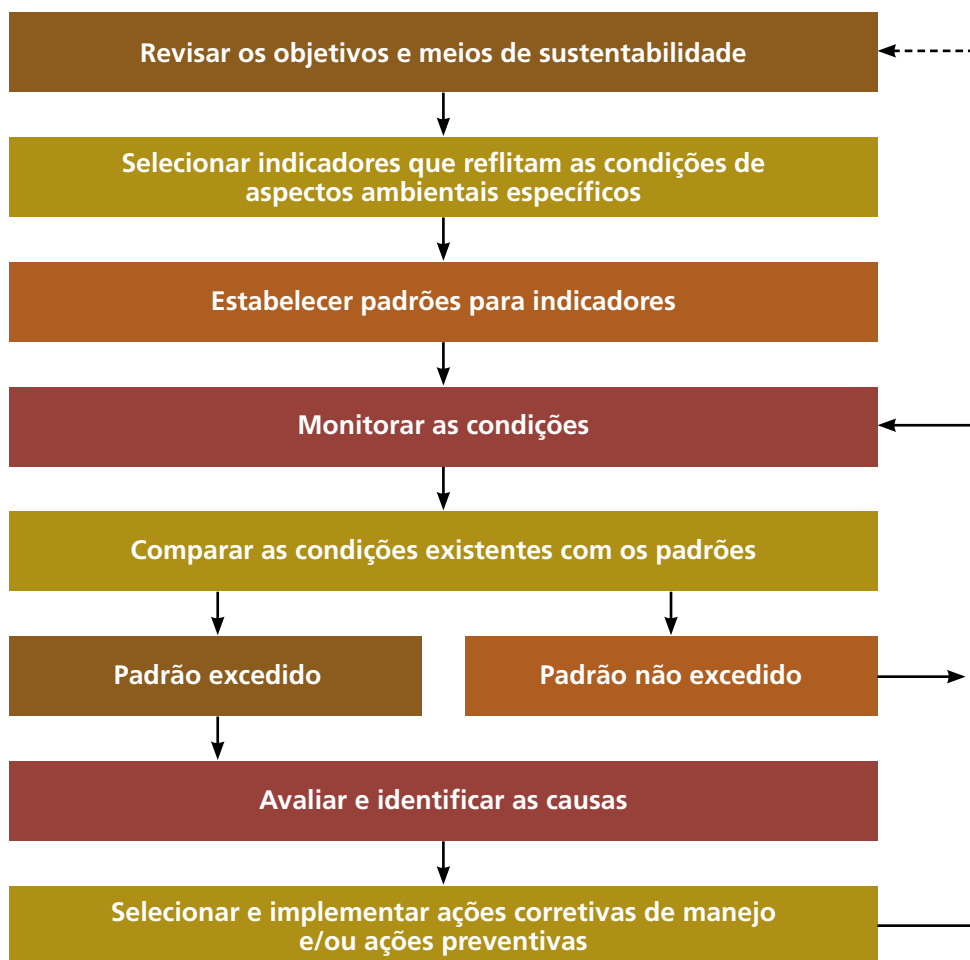
Como já dissemos, o processo deve ser monitorado e avaliado permanentemente, e os avanços e retrocessos devem ser medidos por meio de indicadores, uma vez que não há garantia de sustentabilidade em longo prazo, porque os fatores que a condicionam são muitos. Se é possível afirmar que o turismo contribui para uma sociedade sustentável, a dimensão dessa contribuição deve ser passível de medição.

Mas a questão é: como medir os progressos do turismo na direção da sustentabilidade?

O que se pode afirmar é que os sistemas de gestão da sustentabilidade proporcionam uma base estável, coerente e consistente para alcançar e manter o desempenho sustentável dos empreendimentos.

A Figura a seguir ilustra o importante papel dos indicadores para o monitoramento do sistema de gestão da sustentabilidade no turismo.

Figura 1 – O papel dos indicadores no sistema de gestão da sustentabilidade no turismo



Fonte: Adaptado de Leung & Marion (2000) *apud* Passold (2002).

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2004), os indicadores podem medir:

- mudanças em determinados aspectos do ambiente, que afetam o turismo como consequência de fatores internos e externos;
- os impactos do turismo no ambiente.

A seleção de indicadores é determinante para a implantação de sistemas de gestão e de monitoria e avaliação eficientes. Os melhores indicadores são aqueles:

- facilmente observáveis;
- fáceis de medir;
- relacionados aos objetivos da área;
- sensíveis às mudanças nas condições de uso;
- que respondem ao manejo.

Não há um único indicador ou um conjunto de indicadores que sirva para qualquer situação. Sua escolha depende do aspecto que se quer medir e das características particulares do atrativo ou da localidade. É o resultado de um processo de negociação entre a situação ideal (ou seja, quando se identifica um parâmetro que forneceria uma informação determinante sobre um problema identificado) e o que é possível obter, considerando-se o tempo e os recursos humanos e financeiros disponíveis.

Pode-se perceber, então, que os indicadores são vistos como elementos que apoiam o monitoramento do turismo sustentável, tendo em vista todas as suas dimensões: ambiental, sociocultural, econômica e político-institucional.

É importante lembrar que os indicadores devem ser desenhados a partir das necessidades reais de informação, e que podem ter como base dados que resultem de fontes quantitativas ou qualitativas.

Alguns exemplos de indicadores com bases quantitativas são:

- capacidade de suporte da infra-estrutura turística e de apoio ao turismo;
- eco-eficiência.

Por outro lado, podemos citar também alguns exemplos de indicadores com bases qualitativas:

- capacidade de suporte social;
- capacidade de suporte do turista.

5.1. Gestão da sustentabilidade ambiental

A sustentabilidade ambiental não é um estado fixo de harmonia, mas um processo onde há objetivos a alcançar. Sua análise, em relação a uma região ou produto turístico, não pode ser feita de forma taxativa, produzindo

conclusões do tipo: é sustentável ou não é sustentável. Deve haver uma escala de sustentabilidade, que possibilite adaptações ao longo do tempo, de acordo com os objetivos e as metas de sustentabilidade definidos claramente no processo de planejamento.

Para que um sistema de gestão da sustentabilidade ambiental seja eficiente, é necessário atender aos seguintes requisitos:

- identificação dos responsáveis pelo sistema de gestão e daqueles que irão efetivamente trabalhar com a sua implementação e monitoramento;
- mapeamento dos aspectos ligados à sustentabilidade;
- estabelecimento de objetivos e metas;
- implementação e operação;
- avaliação e monitoramento.

5.1.1. Indicadores de sustentabilidade ambiental

O número de indicadores a escolher depende do porte e tamanho da região, produto ou empreendimento, e também do número de problemas ambientais que caracterizam a localidade.

Para a gestão e o acompanhamento de parâmetros ambientais não é prático trabalhar com um número muito grande de indicadores. Corre-se o risco de o sistema tornar-se ineficaz, pois é muito difícil monitorar e manejar um grande número de variáveis independentes. O desafio é monitorar todos os aspectos mais significativos com o menor número de indicadores possível.

A seguir, relacionam-se exemplos de indicadores que podem ser utilizados para monitorar os aspectos ambientais referentes ao desenvolvimento ou à implantação de um empreendimento. Ressalta-se que, nesse caso, o exemplo considerado é empreendimento hoteleiro:

- **o consumo de água por hóspede⁶** pode monitorar o impacto ambiental gerado pelo meio de hospedagem no uso e consumo de recursos naturais. Este indicador pode ser calculado mensalmente. A principal referência para contabilizar o consumo de água é à conta da companhia estadual de

⁶ Embora, neste Caderno, esse indicador esteja relacionado ao aspecto ambiental, seu resultado pode ser também utilizado para a dimensão econômica, ou seja, para medição e análise do impacto no item custo do empreendimento, ou ainda, para a dimensão sociocultural caso o empreendimento esteja captando água de nascente que abasteça as populações locais.

captação, tratamento e distribuição, ou o volume total do reservatório e a quantidade de vezes em que é necessário abastecê-lo por mês, ou o volume do recipiente de coleta e a quantidade de vezes de coleta no mês;

- **o consumo de energia por hóspede** também mede o impacto ambiental gerado pelo meio de hospedagem no uso e no consumo de recursos naturais. Este indicador pode ser calculado mensalmente. A conta de energia da companhia estadual de energia elétrica é a principal fonte para medir este indicador. Caso o empreendimento use gerador de energia elétrica (parcial ou totalmente), deve-se estimar a quantidade de KWh consumido em determinado período. O consumo de energia no período deve ser dividido pelo número total de pernites no mês;
- **a geração de resíduos por hóspede** pode monitorar o impacto ambiental produzido pelo meio de hospedagem, na geração de resíduos sólidos tais como: copos plásticos, papel higiênico, papel toalha, isopor, guardanapos, plásticos de alimentos, latas, garrafas, embalagens de vidro vazias e vidros diversos, sacos, sacolas, embalagens plásticas, garrafas *pet*, trapos e outros materiais contaminados com óleos e graxas, sobras de alimentos etc. O volume total de resíduos gerados pode ser quantificado mensalmente, seja por pesagem ou por estimativa do tamanho do recipiente de coleta e quantidade de vezes de coleta no mês;
- **a porcentagem do total de resíduos sólidos reciclados ou encaminhados para a compostagem**, revela o empenho e a preocupação do empreendimento com o meio ambiente. Para que esse indicador possa ser calculado, é necessário conhecer o volume total de resíduos produzidos (detalhados no item anterior). O volume de resíduos sólidos reciclados, como latas de alumínio ou garrafas de refrigerante, ou de resíduos orgânicos encaminhados para a compostagem, podem ser quantificadas mensalmente, seja por pesagem, ou por estimativa do tamanho do recipiente de coleta e quantidade de coletas no mês;
- **a porcentagem do faturamento bruto do empreendimento aplicado em iniciativas ambientais** pode medir e monitorar o nível de investimento realizado pelo empreendimento no meio ambiente. Esses recursos podem estar vinculados às seguintes ações: elaboração ou patrocínio de panfletos sobre educação e conscientização ambiental; contribuições a ONGs ambientalistas locais/regionais; investimentos em instalações, ou novas tecnologias para o tratamento de esgoto, uso de fontes de energia alternativa etc.

Os indicadores citados podem ser adaptados para qualquer tipo de empreendimento turístico e, além desses, outros indicadores podem ser utilizados, conforme a especificidade do empreendimento (por exemplo, no caso da operação de atrativos como trilhas ou cachoeiras).

No que se refere à sociedade local, a importância da participação dela em projetos de conservação ou de desenvolvimento não é novidade. O Banco Mundial já relatava, em 1975, experiências negativas de projetos de desenvolvimento rural, nos quais esse resultado foi atribuído ao fato de a comunidade não ter sido estimulada a participar. Dessa experiência, concluiu-se que a participação local é indispensável para construir, conjuntamente, propostas factíveis e realistas e minimizar as chances de rejeição ao projeto.

5.2. Gestão da sustentabilidade sociocultural

Nos momentos de avaliação, são julgadas as estratégias, as ações e a capacidade da equipe envolvida. Os resultados, em geral, são avaliados mediante uma comparação entre o que existia no passado (que os levantamentos revelaram), a projeção que se faz para o futuro e o quanto já se caminhou em direção a esse momento futuro. Assim, a análise dos efeitos e das mudanças induzidas deve ter em conta as determinações relacionadas a conjuntura histórica, que podem produzir efeitos importantes sobre realidade

Em função da natureza subjetiva do trabalho com a cultura e a sociedade, algumas dificuldades podem ser encontradas no momento da avaliação de processos de sustentabilidade sociocultural no turismo. Os resultados da sustentabilidade econômica e ambiental no turismo são mais fáceis de serem avaliados porque possuem variáveis e indicadores quantificáveis. Em contraposição a esses outros aspectos da sustentabilidade, a dimensão sociocultural insere-se no domínio da mudança de mentalidades e comportamentos de diferentes sociedades e grupos, com padrões regionais diversos.

Alguns indicadores qualitativos podem favorecer as avaliações de processo no Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Isso porque ainda que a referência inicial da definição de região seja a de um espaço geográfico, ela se assenta no esforço da construção coletiva de um novo modelo de planejamento, monitoramento e avaliação, como já vimos anteriormente.

Vejam, a seguir, alguns desses indicadores.

5.2.1. Indicadores da sustentabilidade sociocultural.

- geração de emprego e renda;
- promoção da equidade socioeconômica entre os agentes e as regiões envolvidas no desenvolvimento da atividade turística;
- redução dos índices de pobreza da localidade;
- redução dos índices de violência e criminalidade;
- aumento progressivo da escolaridade entre homens e mulheres;
- redução de índices de agravos e doenças epidemiológicas (cólera, dengue, AIDS, tuberculose, hanseníase etc.);
- respeito ao patrimônio histórico e cultural, representado por edificações e monumentos e pela tradição e valores das culturas locais;
- respeito ao patrimônio imaterial de indivíduos, comunidades e coletividades;
- promoção de práticas e tecnologias de inclusão sociocultural;
- capacitação profissional de recursos humanos;
- adoção de medidas de reciclagem e redução do volume de lixo e do consumo de água e luz;
- inserção de grupos e coletividades envolvidos com turismo nas políticas sociais do governo;
- aumento de infra-estrutura social: escolas, postos de saúde, estradas em boa conservação, telefonia, transportes etc.;
- aumento de pequenos empreendimentos comunitários e familiares com arranjos produtivos inovadores;
- aprovação de legislação de proteção ao patrimônio cultural e ambiental com promoção de qualidade de vida para turistas e comunidades receptoras;
- maior comprometimento das autoridades e formadores de opinião com o turismo da região.



5.3. Gestão da sustentabilidade econômica

Segundo os novos paradigmas que alicerçam o conceito sustentável de regionalização do turismo, tanto o setor público, como todos os demais envolvidos na cadeia produtiva do turismo, têm deveres e obrigações para com a conservação ambiental e a otimização do uso dos recursos naturais, assim como para com todo o patrimônio sociocultural, aliados ao crescimento econômico, porém com a atenção voltada à melhoria da qualidade e das condições de vida das comunidades locais participantes no processo.

Todo esse processo de desenvolvimento, de acordo com esses novos paradigmas que ressaltam a sustentabilidade, buscam levar a um crescimento ordenado, centrado em princípios bem definidos e que buscam a integração dos diferentes segmentos sociais à cadeia produtiva do turismo.

O setor público, no mundo inteiro, enfrenta um desafio central: a procura do equilíbrio fiscal. Por um lado, as receitas parecem ter alcançado seu teto máximo. Elevar impostos é tarefa cada vez mais difícil, pelo menos politicamente, já que o desgaste de tal decisão é elevado.

Por outro lado, as despesas vêm crescendo, como resposta a novos desafios e novas demandas exigidas pela sociedade. Em consequência, o desequilíbrio fiscal passa a ser uma realidade cada vez mais presente. O dilema só permite uma solução: fazer mais, com menos, ou seja, as políticas públicas devem ser mais eficientes.

A qualidade dos gastos se realiza por meio de dois indicadores: eficácia e eficiência. O primeiro refere-se ao grau de alcance da meta definida. Se o objetivo é criar 1000 empregos e consegue-se gerar 900, a conclusão é que se atingiu 90% de eficácia.

Por outro lado, a eficiência deixa transparecer o custo com o qual uma meta foi alcançada. Sempre há caminhos alternativos para se chegar a um determinado fim. O caminho eficiente é aquele que consegue aliar o alcance do objetivo com o baixo custo.

Em resumo, o desafio do setor público é ser ao mesmo tempo eficaz, eficiente e ainda monitorar a implementação de suas ações. Para se enfrentar tal desafio são necessários mecanismos que forneçam dados de desempenho.

É, justamente, a partir de um trabalho de acompanhamento, documentação, análise e avaliação de resultados, comparação entre o planejado e o realizado e a avaliação dos desvios ocorridos que vai ser possível subsidiar o processo de tomada de decisão com informações precisas e pertinentes para a adoção de medidas de ajustes em função de padrões preestabelecidos ou das metas programadas.

Nunca é demais lembrarmos da importância do processo de monitoria e avaliação como uma importante etapa do processo de elaboração e implementação de um projeto ou programa. Na gestão da sustentabilidade econômica não é diferente.

Mas, como mensurar o efeito dos investimentos e das ações realizadas? Como mensurar a efetividade dos investimentos?

Inicialmente, é necessário ter a definição clara de uma ou mais metas, passíveis de mensuração. Em seguida, todos os programas devem ser monitorados, fornecendo permanentemente dados para avaliação. Finalmente, os dados devem ser trabalhados para possibilitarem aferições e conclusões.

Vejamos, a seguir, algumas ações importantes para a boa gestão da sustentabilidade econômica.

Cooperação para reduzir a ameaça de novos destinos turísticos

A cada ano, o número de destinos turísticos aumenta na medida em que países, estados e municípios percebem o turismo como uma atividade econômica prioritária. Todos esses novos destinos representam em maior ou menor medida uma concorrência.

A ameaça da concorrência varia de acordo com o profissionalismo dos gestores e particularmente em função de suas capacidades para desenvolver novos produtos turísticos e, sobretudo, de comercializá-los nos mesmos canais de distribuição e para o mesmo público.

As instituições públicas e privadas de turismo devem trabalhar em cooperação para formular políticas de incentivo e *marketing* para o setor, de modo que a região transmita uma imagem atrativa para investidores, turistas e para a comunidade.

A Organização Mundial do Turismo sugere três ações que podem ajudar a reduzir a ameaça de novos destinos turísticos. São elas:

1. **criação de economias de escala:** é possível criar economias de escala, a partir de investimentos em infra-estruturas públicas (aeroportos, redes integradas de transportes etc.), privados (hotelaria, parques temáticos, centros comerciais, aviões de grande porte, grandes cruzeiros e trens) e pelo desenvolvimento de pólos turísticos. Por meio da coordenação das atividades produtivas, se podem elevar o padrão de qualidade da oferta, melhorar a negociação com fornecedores, fortalecer os esforços de *marketing* e, conseqüentemente, obter economias de escala, ao mesmo tempo em que se consolida a sustentabilidade das instituições;
2. **diferenciação da região turística com a criação de uma marca corporativa:** a maioria dos destinos turísticos tem sua própria marca. A marca corporativa constitui uma excelente estratégia de posicionamento de *marketing* e uma forma de estabelecer uma identidade territorial que por um lado pode diferenciar a oferta turística no mercado e por outro lado pode estimular o desenvolvimento de produção artesanal local que fortaleça a identidade regional;
3. **alianças com operadores turísticos e distribuidores:** normalmente as regiões turísticas oferecem roteiros que dependem de canais intermediários de distribuição para atingir seus clientes. É recomendável que as instituições de turismo criem e mantenham um bom relacionamento com operadores nacionais e internacionais de turismo para ampliar a distribuição da oferta e garantir boas negociações. Essa aproximação deve ser estimulada pelas instituições públicas e privadas de turismo.

Cooperação para diminuir a ameaça das alternativas ao turismo

O sistema turístico regional precisa se adaptar ao mercado e melhorar continuamente seus processos e tecnologias para ampliar não apenas o número de roteiros, mas, sobretudo, a qualidade dessa oferta.

Nesse sentido, a cooperação entre as instituições públicas e privadas é fundamental para dar um salto qualitativo no sistema produtivo, estabelecendo padrões mínimos de qualidade, certificando estabelecimentos e profissionais, testando os roteiros e analisando a eficácia dos canais de distribuição. Tudo isso é necessário para competir não apenas com a concorrência, mas com a ameaça de alternativas ao turismo, tais como:

1. TVs por assinatura;
2. turismo virtual;
3. spa's locais.

Cooperação para melhorar a capacidade de negociação com fornecedores

Para atender às necessidades dos turistas, os destinos turísticos precisam de produtos e serviços de um amplo número de fornecedores: energia elétrica, gás, luz, água, alimentos, telecomunicações, e outros suprimentos específicos.

Se não houver nenhum *marketing* de relacionamentos nem políticas de regulamentação dos fornecedores, estes podem baixar a qualidade dos produtos, aumentar os preços ou modificar suas políticas de distribuição e afetar diretamente a competitividade das pequenas, médias e até das grandes empresas que operam na região.

Por essa razão, é preciso que as instituições públicas e privadas de turismo cooperem entre si para negociar acordos coletivos, que criem condições favoráveis para as organizações que atuam na região.

As negociações podem abordar temas como:

1. melhores condições de pagamento;
2. preços mais competitivos;
3. parcerias para recuperação do patrimônio histórico e ambiental.

É evidente que qualquer negociação tem contrapartida e deve contemplar o primeiro critério da cooperação: o benefício mútuo.

Portanto, as instituições representativas devem estar preparadas para oferecer contrapartidas justas e equilibradas, tendo em conta não apenas interesses econômicos, mas outros interesses legítimos da população local.

Vejam os exemplos:

Grandes multinacionais do setor privado são os principais financiadores dos projetos de revitalização e conservação do patrimônio histórico de Barcelona. Esta é uma conquista das instituições de turismo da cidade.

Para ampliar a capacidade de negociação com os fornecedores recomenda-se as seguintes ações:

- **formar associações, conselhos, fóruns, comitês ou fortalecer os que já existem:** a experiência mostra que os grupos representativos institucionalizados têm uma capacidade de negociação maior que empresas locais negociando por si. Recomenda-se que os atores locais se organizem em grupos representativos ou que fortaleçam aqueles já existentes. Lembrando que é melhor para a região ter algumas instituições de turismo fortes do que muitas fracas;
- **criar relações com fornecedores:** as instituições públicas e privadas de turismo devem procurar comunicação com os fornecedores de modo a mostrar a interdependência entre o sucesso da região e sua própria competitividade como fornecedores. As relações com os fornecedores devem se sustentar em oportunidades de negócios que propiciem benefícios para ambos os grupos. Os fornecedores que participarem como parceiros estratégicos, por exemplo, poderão receber vantagens como contratos de exclusividade, divulgação da marca e outros benefícios. Quando se ampliam as relações com os fornecedores as instituições de turismo ganham novos sócios. Quanto maior o número de sócios, dispostos a trabalhar e a compartilhar responsabilidades para o desenvolvimento regional, melhores resultados são possíveis, maior a distribuição da renda e maior o compromisso pela sustentabilidade político-institucional.

Cooperação para melhorar a capacidade de negociação com os clientes

As agências de viagens, operadores turísticos e intermediários em geral estão continuamente pressionando as regiões turísticas e as empresas em

particular a reduzir as margens de lucro, exigindo simultaneamente melhor qualidade.

Para melhorar a capacidade de negociação junto aos clientes sugere-se o uso da *internet* como instrumento de comunicação. Atualmente, o turismo é a segunda razão de maior procura na *internet*, depois de erotismo. A *internet* é o maior instrumento de comunicação de todos os tempos, e é relativamente barato se comparado com outras formas de divulgação de produtos. A relação entre custo e benefício nos investimentos realizados em *marketing* na *internet*, têm um retorno muito superior àqueles dos sistemas impressos e estáticos de comunicação.

A *internet* é um impulsionador de pequenos negócios, que encontram nesse espaço a possibilidade de projetar imagens profissionais e de negociar diretamente com seus clientes em escala global.

Uma estratégia para as instituições públicas e privadas de turismo é a criação de portais que oferecem informações globais sobre a região e sobre seus roteiros. Esses portais não devem ser confundidos com listas de meios de hospedagens, restaurantes e agências. Os portais devem ser atrativos, oferecer informações globais sobre a região e sobre seus roteiros, devem incitar o desejo de viajar, além de oferecer informações úteis.

Os portais devem ser atrativos, oferecer informações globais sobre a região e sobre seus roteiros, devem incitar o desejo de viajar, além de oferecer informações úteis.

Outra vantagem importante da utilização da *internet* como instrumento de comunicação é que permite que a oferta turística regional seja ofertada diretamente ao consumidor final, eliminando intermediários que em alguns casos, encarecem os custos dos turistas sem verdadeiramente agregar valor ao serviço. Esse é o princípio central da economia solidária ou do comércio justo.

A *internet* pode estimular que agentes locais comercializem e negociem diretamente com clientes e, com isso, as relações de poder entre atores locais e distribuidores da oferta turística podem se reequilibrar, procurando a distribuição equitativa dos ingressos econômicos entre atores locais e os demais agentes que integram o ciclo produtivo.

Outro instrumento para melhorar a capacidade de negociação com os

clientes é a tematização. A tematização é uma das facetas mais criativas e importantes no processo de *marketing* das regiões turísticas, mas que deve estar calcada no resgate cultural da localidade. Na última década foi possível perceber que a tematização ganhou importância nas seguintes áreas:

1. tematização de destinos turísticos;
2. tematização de roteiros turísticos;
3. tematização de eventos;
4. tematização de centros comerciais;
5. tematização de parques de entretenimento e lazer.

A tematização é um instrumento que as instituições de turismo devem utilizar para:

1. promover a inclusão e o engajamento da população nos processos de desenvolvimento regional;
2. criar uma identidade turística regional;
3. posicionar e diferenciar o destino turístico no mercado nacional e internacional;
4. promover o desenvolvimento turístico sustentável;
5. valorizar recursos socioculturais, endógenos à região turística;
6. fortalecer o papel das instituições regionais de turismo.

É necessário que a tematização das regiões e dos roteiros seja resultado da cooperação estreita entre as instituições públicas e privadas de turismo e com a participação da sociedade civil local e regional.

5.3.1. Indicadores da sustentabilidade econômica

Como citado anteriormente, os indicadores possibilitam identificar e avaliar o resultado das ações empreendidas. Desse modo, constituem-se em parâmetros específicos que podem ser monitorados e ajudam a avaliar o sucesso do planejamento turístico, em direção à sustentabilidade, e os progressos ou retrocessos do processo. O uso de indicadores pode funcionar, também, como um alerta e auxiliar na prevenção de situações consideradas indesejáveis.

A seguir, relacionam-se exemplos de indicadores que podem ser utilizados para monitorar os aspectos econômicos do turismo:

- **exportações brasileiras:** o turismo tem tido grande importância para o equilíbrio da balança comercial (exportações menos importações de bens e serviços) brasileira nos últimos anos. Em 2005, a atividade turística ficou entre os 5 produtos mais importantes da pauta de exportações brasileiras, que são as vendas de bens e serviços do País ao mercado externo. Gerou US\$ 3,8 bilhões de dólares, superado apenas pelo minério de ferro (US\$ 7,2 bilhões), soja (US\$ 6,3 bilhões), automóveis (US\$ 4,3 bilhões) e petróleo bruto (US\$ 4,1 bilhões). Esse dado nos mostra o relevante papel do setor, apresentando-se como uma importante ferramenta de política econômica para aumentar as exportações e contribuir para a melhoria do saldo da balança comercial⁷;
- **receita cambial:** são os gastos efetuados por brasileiros no exterior, subtraídos dos gastos de turistas estrangeiros no Brasil. Historicamente, o balanço da receita cambial é negativo, sendo portanto deficitário. Dessa forma, entre 1990 e 2002, o país acumulou um **déficit** de US\$ 22,6 bilhões, o que corresponde a um **déficit** médio anual de quase US\$ 2 bilhões de dólares. O expressivo crescimento do número de turistas internacionais no país tem reduzido esse **déficit** para valores significativamente inferiores. Assim, nos anos de 2003 e 2004, o Brasil chegou a obter um **superávit** acumulado de quase US\$ 500 milhões de dólares⁸;
- **desembarque de passageiros em vôos internacionais:** entre 1995 e 2005 (dados até agosto de 2005), o desembarque no Brasil de passageiros procedentes de vôos internacionais evoluiu de 3,35 milhões para 6,78 milhões. Em 10 anos, o crescimento acumulado chegou próximo à 100%. Fonte: INFRAERO *apud* MTur (11º Relatório de Atividades do Ministério do Turismo – março de 2006). Para período semelhante, as chegadas internacionais em todo o mundo passaram de 565,5 milhões para 763,0 milhões, registrando 35% de crescimento. Até 2010, estima-se que as chegadas internacionais em todo o planeta alcançarão o patamar de 1 bilhão de passageiros⁹;
- **desembarque de passageiros em vôos nacionais:** a grande performance verificada nos vôos internacionais é ultrapassada nos vôos nacionais. Os desembarques locais têm registrado sucessivos recordes. Enquanto em 1995

⁷ MDIC/BACEN *apud* MTur (11º Relatório de Atividades do Ministério do Turismo – março de 2006)

⁸ BACEN *apud* MTur (11º Relatório de Atividades do Ministério do Turismo – março de 2006)

⁹ Projeção da OMT *apud* Mtur

cerca de 16,8 milhões de residentes realizaram vôos domésticos, em 2005 ocorreram mais de 43 milhões desembarques¹⁰;

- **fluxo de visitantes:** as estatísticas sobre o fluxo de visitantes no Brasil, registradas pela EMBRATUR, apontam um forte crescimento nos últimos anos no ingresso de estrangeiros. O volume de turistas internacionais que visitou o País passou de 3,7 milhões em 2003 para 5,5 milhões em 2005, um incremento de quase 50% em 2 anos. Essa tendência de crescimento tende-se a repetir para os próximos anos, segundo dados da instituição.

5.4. Gestão da sustentabilidade político-institucional

O turismo não é um processo socioeconômico que pode ser planejado a portas fechadas. É preciso identificar seus impactos na sociedade, reconhecer seus limites como atividade econômica e desenhar estratégias que ampliem os benefícios sociais do seu desenvolvimento.

Para contribuir com essa tarefa, o conhecimento prático e do cotidiano dos atores locais é essencial. Os atores locais podem oferecer importantes contribuições sobre as possibilidades e limitações do desenvolvimento turístico regional e sobre formas práticas para superar problemáticas operacionais e estratégicas, inclusive compartilhando responsabilidades com o Estado.

A participação pode ainda oferecer importantes subsídios sobre o mercado que contribuam com decisões acertadas de investimentos públicos em infraestrutura, capital humano e *marketing*.

A competitividade na era da informação está menos vinculada à quantidade de riquezas naturais e socioculturais e mais vinculada à capacidade de organização de processos, estruturas e de criar e administrar o conhecimento.

A participação tem como componente essencial o fortalecimento das capacidades mencionadas acima, estimulando a inovação, melhorando o poder de negociação do destino com operadoras e fornecedores e ampliando o poder político da região. É, portanto, uma importante estratégia para melhorar a competitividade da região turística.

Mas é preciso lembrar que uma região turística depende para seu desenvolvimento, do trabalho coordenado de um grupo de municípios que em alguns casos ultrapassam as fronteiras político-administrativas de um estado e inclusive até de um único país. Nesse sentido, é importante que os municípios

¹⁰ INFRAERO *apud* MTur (11º Relatório de Atividades do Ministério do Turismo – março de 2006)

de uma mesma região turística desenhem estratégias conjuntas que privilegiem as vantagens comparativas de cada um dos participantes, e que estimulem a competitividade global da região.

Recomenda-se que os municípios de uma mesma região turística procurem a complementaridade entre suas ofertas. Quando a idéia de posicionar os municípios de forma complementar está clara na mente dos governantes e da sociedade civil, torna-se mais simples desenhar programas de desenvolvimento e *marketing* turístico regionais, assim como definir as prioridades de investimentos em infra-estruturas e incentivos que os governos podem oferecer para estimular o desenvolvimento turístico.

Para o autor Torres (2005) algumas questões devem ser analisadas e discutidas com seriedade por meio da participação dos agentes locais. São elas:

- a necessidade de diferenciar processos de expansão da atividade turística de processos de desenvolvimento;
- a possível dependência da atividade econômica local com relação ao turismo;
- o problema da especulação imobiliária vinculada ao crescimento turístico;
- os impactos do turismo na cultura e nas tradições das comunidades receptoras;
- a participação dos atores e dos produtores locais no sistema produtivo regional;
- as vantagens e riscos da exploração dos atrativos ambientais e culturais pelo turismo.

A base de qualquer processo de cooperação é a possibilidade de que todos os participantes compartilhem responsabilidades e benefícios. A cooperação deve estimular ganhos e responsabilidades eqüitativas. Sem equilíbrio nas relações de poder e nas responsabilidades, a cooperação pode não trazer os benefícios desejados, ou até não se concretizar. Um dos principais desafios da regionalização do turismo é a organização de um sistema produtivo que englobe, na forma de roteiros, ofertas de diferentes lugares a partir da cooperação.

O processo de adequação dos padrões de qualidade dos produtos e serviços, das visões empresariais, das práticas de gestão e das políticas públicas é essencial, e só pode ser realizado em um ambiente de amplo diálogo e cooperação. Se empresários, agentes locais e governo não têm disposição para

cooperar, dificilmente poderão ser feitos os ajustes necessários para alinhar a oferta e oferecer ao mercado um produto com uma identidade própria, com um padrão homogêneo de qualidade e que permita sua valoração econômica adequada.

A cooperação interinstitucional beneficia os atores locais e gestores públicos na medida em que se fortalece o capital social das regiões turísticas. As regiões turísticas com Instâncias de Governança Regionais bem organizadas têm uma vantagem sobre aquelas onde não existem grupos que representem os interesses regionais. Quando empresários, agentes locais, e gestores públicos trabalham em projetos de responsabilidade compartilhada, se fortalece a confiança entre eles, criando o contexto propício para discussões produtivas sobre políticas de desenvolvimento, que por sua vez estimulam a inovação e a sustentabilidade político-institucional.

Na medida em que os atores locais se posicionam como agentes políticos participativos e colaborativos da administração pública, as decisões tendem a ser mais transparentes, o que beneficia a organização do sistema turístico regional.

A transparência das decisões políticas é um meio para a proteção dos interesses regionais. A publicação e divulgação dos planos e projetos e a abertura para consulta pública ajudam a incluir os princípios da igualdade e o pluralismo dos interesses nas decisões públicas, fortalecendo os laços de confiança e estimulando naturalmente a cooperação.

A divulgação de informações estimula que as decisões públicas sejam tomadas com bases técnicas consistentes, procurando a eficiência na utilização dos recursos públicos. É bastante conhecida essa relação, que tem introduzido, por exemplo, na maioria dos sistemas de compras e licitações, a publicação na *internet* dos orçamentos e dos gastos com pessoal.

A transparência na gestão das empresas públicas e privadas que representam o setor turístico é fundamental, caso se deseje ampliar a adesão das pessoas e garantir a credibilidade e a sustentabilidade político-institucional.

Organizações da sociedade civil ou empresas sem fins lucrativos que divulgam relatórios anuais detalhando o destino do dinheiro investido e os resultados alcançados pela organização são exemplos de transparência. As instituições públicas e privadas que participam de processos, programas e projetos de cooperação devem levar em consideração em suas decisões que estão ali representando os interesses coletivos da comunidade.

É preciso evitar que a cooperação seja utilizada para atender interesses pessoais. É preciso evitar ainda que um grupo exerça poder sobre outros em função da sua força política ou do seu poder financeiro.

Esse é um tema central. As parcerias e a colaboração entre as instituições de turismo devem ser configuradas tendo em vista o equilíbrio dos interesses e das forças políticas e econômicas e a importância das instituições manterem sua independência e representatividade no cenário político-institucional.

A equidade na configuração de planos e projetos de cooperação interinstitucional é um elemento básico para estimular a sustentabilidade político-institucional.

A cooperação, no setor turístico, permite:

- transformar o diálogo em ações concretas;
- compartilhar a responsabilidade pela implantação dos programas e projetos desenhados para estimularem o desenvolvimento turístico regional;
- solucionar problemas operacionais e estratégicos das regiões, podendo destacar questões vinculadas à segurança, à qualidade das estruturas públicas e privadas e à promoção.

A cooperação também está relacionada com a competitividade. Nas regiões turísticas onde o nível de cooperação é baixo, empresários e gestores públicos perdem poder de negociação frente a fornecedores e clientes. Alguns dos fatores que colocam a cooperação como uma das práticas gerenciais mais importantes para garantir a sustentabilidade político-institucional e o desenvolvimento competitivo das regiões turísticas brasileiras são as relações fortes entre o governo e sociedade, que oferecem melhores informações para a formulação de políticas públicas, possibilitando maior eficácia na alocação de recursos para investimentos e incentivos.

A Figura 2 nos dá um exemplo de como deve ser essas boas relações entre os setores público e privado.

Figura 2 – Nova proposta de gestão para os setores público e privado



Fonte: Mercotur, 2006

Em outras palavras, o governo precisa da colaboração dos atores locais para identificar problemáticas, apontar alternativas e contribuir no monitoramento da execução dos projetos. Recomenda-se que a participação da sociedade se realize de forma organizada e preferencialmente a partir das Instâncias de Governança Regionais. Assim, empresários, cidadãos e gestores podem discutir

problemas coletivos, identificar soluções viáveis e dividir responsabilidades para estimular o desenvolvimento regional do turismo.

Na medida em que a sociedade exige resultados concretos da gestão pública e das instituições representativas do setor turístico, os indicadores de turismo sustentável vêm consolidando-se como principal instrumento de controle e monitoramento do desempenho da atividade turística.

É importante lembrar que os indicadores devem ser desenhados a partir das necessidades reais de informação, e que estes podem ter como base dados que resultem de fontes de dados quantitativas ou qualitativas.

Quando se trata do tema da sustentabilidade político-institucional, é possível que nos deparemos com a necessidade de identificar bases de dados que permitam desenhar indicadores eficazes.

Para realizar este trabalho precisamos seguir alguns princípios como:

- **consistência dos dados:** não é desejável desenhar indicadores que utilizem como base dados pouco confiáveis, de difícil apuração ou sem a devida consistência e qualidade;
- **previsão de continuidade e comparabilidade:** uma das vantagens de utilizar indicadores é que eles não revelam apenas uma situação atual, mas permitem comparar uma situação atual com uma situação do passado, e inclusive projetar uma situação futura. É recomendável desenhar indicadores que tenham como base dados com séries históricas e cuja continuidade esteja garantida. Esse critério permite acompanhar o desempenho histórico das instituições e controlar para que os objetivos projetados para o futuro sejam alcançados.

5.4.1. Indicadores de sustentabilidade político-institucional

Como foi exposto acima, a necessidade de informação e as bases de dados existentes em cada instituição serão a principal referência para o desenho dos indicadores. Vejamos alguns indicadores que podem servir como referência:

- **número de organizações representadas:** este indicador, utilizado mensal, semestral ou anualmente, pode contribuir para identificar avanços qualitativos e quantitativos nas instituições de turismo. O indicador pode revelar um aumento ou diminuição do número de organizações associadas, mostrando o fortalecimento ou enfraquecimento das instituições representativas;

- **número de pessoas que participa efetivamente das reuniões:** o número de pessoas que participa efetivamente das reuniões pode ser tratado como um indicador que mostre avanços qualitativos e quantitativos nas instituições de turismo. É comum ver instituições públicas e privadas de turismo que, embora tenham um contingente respeitável de associados, em suas reuniões não têm a efetiva participação dos associados. Este indicador pode revelar avanços ou um declínio na qualidade da participação dos associados;
- **número de projetos em Parcerias Público-Privadas (PPPs):** o número de projetos em andamento que resultem de Parcerias Público-Privadas é outro indicador que reflete avanços na gestão das instituições de turismo. Este indicador pode ser complementado por outros, como aqueles que informam sobre os verdadeiros avanços na execução dos projetos;
- **percentual de implementação do plano institucional:** considerando que as instituições públicas e privadas de turismo devem trabalhar a partir de um planejamento, a sustentabilidade político-institucional pode ser medida com indicadores vinculados à execução do plano institucional de trabalho. O indicador de percentual de implementação do plano institucional estimula a continuidade das ações e permite o controle da eficácia operacional.

Como podemos ver, os sistemas de indicadores têm um papel relevante no desafio de construir o paradigma da sustentabilidade, uma vez que reforçam os eixos essenciais do desenvolvimento sustentável: a visão estratégica, a perspectiva integral do desenvolvimento e a participação ativa da comunidade local.

6 Como promover a sustentabilidade no turismo regional

Para promover a sustentabilidade no turismo regional é imprescindível que seja realizado um planejamento integrado entre os municípios de uma região turística. Esse planejamento necessita, além do conhecimento específico da dimensão da realidade em que se pretende intervir, de uma contextualização histórica que inclua o conhecimento daquilo que o passado tem de relevante a ensinar, das carências e desejos do momento presente. E, além disso, necessita da projeção de um futuro, de acordo com expectativas e metas estabelecidas.

O planejamento pressupõe o conhecimento sobre a realidade e as escolhas dos meios mais adequados para transformá-la. É necessário traçar os caminhos a serem percorridos e as providências necessárias para atingir os objetivos desejados. Esse planejamento implica também a expectativa dos impactos que as decisões tomadas causarão no futuro, e pressupõe a monitoria, a análise das formas de executar e de avaliar o que foi planejado.

Num planejamento integrado, algumas dimensões devem ser consideradas, tais como: a abrangência e a integração dos diversos setores que mobiliza; a flexibilidade ou capacidade de adaptação às circunstâncias, além de ser necessário estabelecer metas dentro de prazos anteriormente delimitados. Enfim, o processo de planejamento integrado resulta na elaboração de projetos que são as manifestações concretas do que foi previsto.

Em um processo de planejamento integrado, os projetos devem informar sobre os seguintes pontos ou etapas essenciais:

- estudo da situação (ou análise do contexto local);
- dados sobre a instituição, políticas públicas e recursos disponíveis;
- estabelecimento de objetivos e metas;
- definição da população alvo prioritária e as atividades e ações a serem efetuadas;
- identificação de parcerias e alianças;
- identificação de possíveis aliados e parceiros (formação de redes);
- seleção das ações e canais mais adequados para alcançar os objetivos;

- detalhamento do cronograma físico e financeiro;
- implementação do plano, delegação de funções e responsabilidades, definição de produtos;
- ênfase às formas de monitoria e acompanhamento;
- avaliação quantitativa e qualitativa das atividades empreendidas (processos e produtos).

Abaixo estão listados alguns passos que poderão nortear a promoção da sustentabilidade no turismo regional:

Identificar os responsáveis pelo sistema de gestão e os encarregados de implementá-la e monitorá-la

No âmbito do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, a Instância de Governança Regional tem responsabilidade e autoridade para assegurar que os requisitos do sistema de gestão sejam estabelecidos, implantados e mantidos, e que seu desempenho seja monitorado. E é responsável, também, por promover a conscientização e envolvimento dos diversos atores na implementação dos requisitos para a sustentabilidade.

Mapear os aspectos ligados à sustentabilidade

O passo seguinte é estabelecer um procedimento para identificar os riscos ao ambiente que as atividades, produtos ou serviços podem produzir, ou seja, os impactos reais ou potenciais passíveis de controle e influência dos atores.

Estabelecer objetivos e metas

O terceiro passo é estabelecer objetivos e metas de sustentabilidade para reduzir e revisar, periodicamente, os impactos identificados.

Implantar e operar

O quarto passo consiste em elaborar e executar os procedimentos necessários para mitigar ou eliminar os impactos e para implantar as ações corretivas e preventivas necessárias.

Avaliar e monitorar

No quinto passo, a eficiência das medidas adotadas é avaliada. Para isso, é necessário elaborar um plano de monitoria e avaliação, no qual serão definidos indicadores de sustentabilidade e padrões de comportamento para esses indicadores. Com isso a ocorrência de avanço ou retrocesso como resultado do planejamento poderá ser verificada sistematicamente.

6.1. Sustentabilidade ambiental no turismo regional

Para promover a sustentabilidade ambiental da atividade turística é necessário prevenir a ocorrência dos impactos ambientais negativos e ampliar os positivos. Deve-se, portanto, concentrar os esforços em um uso racional do patrimônio natural, sendo fundamental adotar metodologias de planejamento estratégico que orientem ações dentro de uma perspectiva ampla de desenvolvimento local.

Para promoção da sustentabilidade, pressupõe-se a participação efetiva de todos os atores envolvidos com a atividade turística, quais sejam: o poder público, a iniciativa privada, a sociedade civil organizada, o terceiro setor e os próprios turistas.

No âmbito do poder público federal, estadual e municipal, a responsabilidade maior fica a cargo dos Órgãos Oficiais de Meio Ambiente. Porém, os Órgãos Oficiais de Turismo têm o dever de apoiar e incentivar as ações desenvolvidas pelas referidas instituições.

A seguir são listados exemplos de alguns destes pontos a serem considerados, para a promoção da sustentabilidade ambiental no desenvolvimento regional do turismo:

- Uso eficiente (ou otimização do uso) dos recursos naturais, que inclui:
 - eficiência energética;
 - conservação e gestão do uso de água.
- Proteção da biodiversidade;

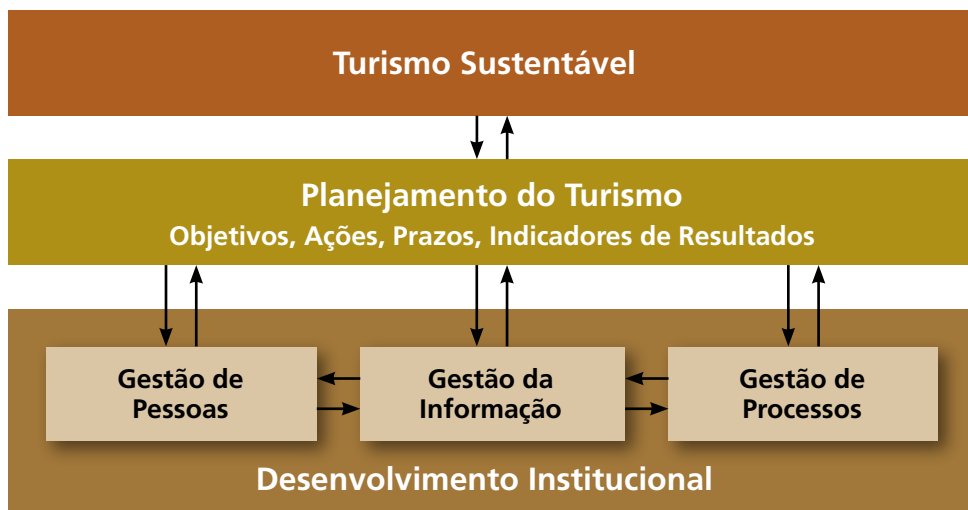


- Tratamento de resíduos sólidos (ou lixo), que inclui:
 - reutilização do lixo orgânico;
 - diminuição do consumo de lixo não orgânico.
- Minimização dos impactos provocados pelos efluentes líquidos, que inclui:
 - utilização de materiais biodegradáveis;
 - conscientização para a redução do consumo, evitando desperdício.
- Diminuição da poluição do ar e da água, controle e redução dos níveis de ruídos, que inclui:
 - minimizar a emissão de gases e odores;
 - utilização de combustíveis com menor impacto ambiental;
 - utilização de equipamentos mais silenciosos.
- Uso eficiente dos combustíveis e equipamentos;
- Planejamento da infra-estrutura turística (desenho, localização, construção, impacto na paisagem), que inclui:
 - minimizar as alterações na paisagem local;
 - evitar grandes movimentos de terra, minimizar a impermeabilização do solo e a remoção de vegetação nativa;
 - não utilizar materiais derivados de espécies ameaçadas na construção, acabamento ou decoração;
 - monitorar e mitigar a erosão e maximizar o aproveitamento da vegetação nativa no paisagismo;
 - considerar o uso das técnicas construtivas tradicionais;
 - utilizar técnicas para maximizar a eficiência energética;
 - otimizar o uso da sombra e da iluminação natural e minimizar as fugas e perdas de calor nas instalações hidráulicas, de aquecimento e de refrigeração;
 - utilizar equipamentos e dispositivos de aquecimento ou refrigeração com eficiência energética maximizada.

É importante que os atores estejam cientes de seus papéis e de como colocá-los em prática. A definição de responsabilidades precisa ser bem clara e deve haver integração entre as ações do poder público, da iniciativa privada, da sociedade civil organizada e da Instância de Governança Regional, que é composta por todos estes.

A Figura 3 apresenta um modelo de gestão do turismo que depende do desenvolvimento e da articulação institucional.

Figura 3 – Modelo de gestão do turismo (envolvendo poder público, setor privado e comunidade local)



Fonte: IBAM/BID/MTur, 2005.

6.2. Sustentabilidade sociocultural no turismo regional

Sustentabilidade sociocultural implica o reconhecimento da contínua necessidade de mecanismos de mediação entre as partes interessadas no desenvolvimento da comunidade. E isso, tanto com relação aos diferentes grupos de interesses internos, quanto com relação aos grupos de interesse externos.

É por meio dos programas governamentais que os cidadãos também lutam por seus direitos, por seu bem-estar, de modo a demarcar territórios e obter conquistas. A noção de cidadania e de horizonte ético na intervenção social perpassa o conceito de sustentabilidade sociocultural do turismo. Ou seja, não é suficiente o reconhecimento do olhar externo, seja do gestor, do pesquisador, do viajante, do turista, do jornalista sobre os atrativos turísticos de um local, de um espaço.

A sustentabilidade sociocultural supõe o reconhecimento, valorização e respeito dessa riqueza por parte da comunidade receptiva. Tal atitude é essencial para que o visitante também valorize as particularidades e riquezas

socioculturais e ambientais que constituem um produto turístico. Essas particularidades e riquezas são referências para o desenvolvimento de novas ofertas.

A sustentabilidade sociocultural no turismo trabalha com o planejamento integrado e com processos de mobilização social e participação comunitária para definir ações e atividades prioritárias.

A formação de redes de relacionamentos constitui-se em um importante instrumento para promover a sustentabilidade sociocultural na atividade turística, em âmbito regional. A formação de redes consiste em crescer sem aumentar a estrutura organizacional. Em outras palavras, somam-se resultados e a gestão administrativo-financeira mantém-se separada. Formar redes implica compreender claramente os papéis de cada um, de modo a estimular um modelo democrático e tirar o maior proveito possível dos pontos comuns, sem se deter em diferenças.

Os envolvidos sabem que, para obter bons resultados, dependem do desempenho do conjunto. Por isso, atuam em sinergia com os componentes da rede. Todos colocam suas melhores habilidades para atingir objetivos comuns. Quanto mais entidades envolvidas com os princípios da sustentabilidade no turismo e hospitalidade, preocupados cotidianamente com esse tema, maior será a possibilidade de que este conceito e prática sejam difundidos e acatados.

Uma rede de comunicação direta é, antes de tudo, uma rede de pessoas que podem atuar em conjunto, unidas por objetivos comuns. As estratégias e as linguagens utilizadas nas redes reduzem o sentimento de isolamento relacionado ao trabalho desenvolvido por diversas organizações e profissionais, ligado ao amplo leque das atividades que envolvem o turismo.

Descobre-se que, com a rede, não se está agindo sozinho e que questões enfrentadas em localidades específicas já foram também identificadas em outras áreas e regiões. E isso aumenta o sentido de pertencimento dos atores envolvidos.

Em resumo, a definição de sustentabilidade sociocultural remete à melhoria da qualidade de vida e à redução dos níveis de exclusão social, por meio de uma distribuição mais justa da renda e dos bens. Destaca-se o sentido amplo desses bens: materiais, de equipamentos, de informação, de educação, de decisão, de participação, de gestão, de respeito, de valorização. Desse modo, ocorre uma nova consciência cívica que orienta um crescimento qualitativo do setor.

Com essa definição de sustentabilidade, qualidade de vida pode ser refletida pelo menos a partir de três dimensões:

- política (democracia, direitos humanos);
- coletiva (desenvolvimento humano, coletividade, sustentabilidade);
- individual-subjetiva (estilo de vida, bem-estar, relações sociais, desejos).

Nesse sentido, é proposto um modelo de desenvolvimento centrado na escala humana, em uma cultura de cooperação e parceria, com o objetivo de encontrar caminhos para viabilizar o desenvolvimento local, o surgimento e o aprimoramento das potencialidades humanas.

O turismo é desenvolvido com a participação dos próprios habitantes de um lugar, como articuladores, construtores, gestores, da rede turística e do arranjo produtivo. Esses sujeitos devem ser conscientes de que a renda e o lucro oriundos pela atividade turística devem ser geridos e distribuídos na comunidade. Assim, atendem-se os objetivos de promover a melhoria da qualidade de vida de todos os envolvidos e de favorecer a geração de empregos. Esses objetivos são alcançados pela comunidade, a partir da formulação, organização e implantação de estratégias sustentáveis do turismo e da hospitalidade.

Dessa forma, as atividades econômicas são entendidas como consequência em vez de serem vistas como motor do processo de geração de riqueza. E isso é uma estratégia que, simultaneamente, pode e deve gerar bem-estar e qualidade de vida, de modo a conciliar o aumento dos postos de trabalho e o reforço à identidade local. E ainda, o incremento da auto-estima e preservação do patrimônio natural, cultural, material e imaterial. Por meio dessa estratégia, torna-se possível incorporar a todos nas atividades coletivas.

O turismo, de evidente interesse internacional, pode ser também de interesse do local, desde que ele passe a ser, simultaneamente, conquista de grupos, de comunidades locais, historicamente excluídas das promessas da modernidade.

A sustentabilidade sociocultural no turismo é a construção de um novo paradigma que coloca desafios práticos para o futuro do setor como:

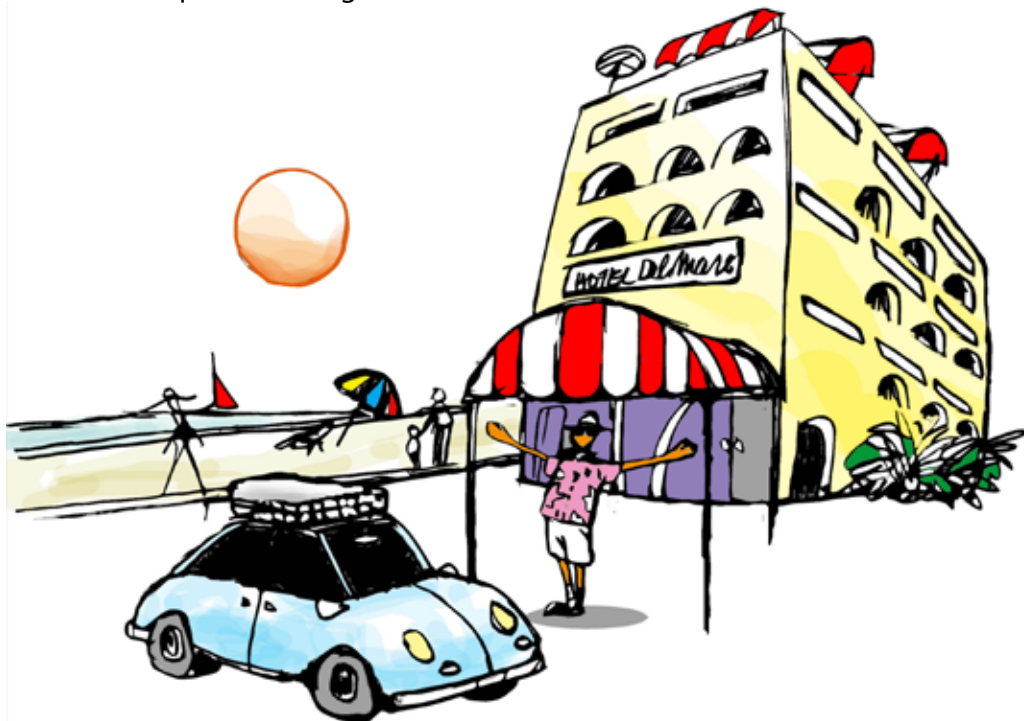
- promover a sustentabilidade dos produtos locais de qualidade;
- colaborar para a retenção e distribuição local/regional das riquezas;
- favorecer a memória cultural crítica com reforço da identidade social;
- gerar mais emprego e renda para as comunidades hospedeiras de modo a realizar inclusão social.

6.3. Sustentabilidade econômica no turismo regional

A atividade turística possui grande relevância para a economia de muitos países em todo o mundo. É composto por uma série de outros agentes e segmentos econômicos, onde os efeitos podem ser positivos e negativos. Para a OMT, só recentemente foi reconhecido que o turismo se desenvolve em lugares que tem limites próprios. Com frequência os limites de um desenvolvimento turístico inconseqüente são descobertos, mas na maioria das vezes os danos e os prejuízos já foram muito graves ou são irreversíveis.

Diante desse cenário, como conciliar o crescimento da atividade turística, sem que os efeitos negativos produzam uma deterioração irreversível? O conceito de turismo sustentável tem sido ligado tradicionalmente, aos conceitos ambientais, socioculturais e econômicos. No que tange à sustentabilidade econômica duas características estão inerentes:

- a efetivação de aumento dos níveis de rentabilidade econômica para os residentes locais;
- a obtenção de lucro pelos empresários turísticos, caso contrário as empresas esquecerão o compromisso com a sustentabilidade e um conseqüente desequilíbrio será gerado.



Efetivamente, os gastos dos turistas não somente se limitam ao pagamento do aluguel de um quarto, mas se destinam também a uma grande rede de serviços e bens de consumo. Isso favorece, por sua vez, o aumento da demanda na região receptora.

Nesse sentido, o turismo é considerado pela OMT como um “canal” de distribuição de recursos de uma região para os destinos turísticos. Essa transação favorece a criação de empregos, a redistribuição de renda, o aumento nos tributos, o aquecimento da atividade empresarial etc.

A aferição desses impactos é complexa, apesar de extremamente importante. Na realidade, a falta de dados estatísticos confiáveis sempre foi um sério entrave ao planejamento do turismo mundial, e no Brasil a situação não é diferente. O surgimento da **Conta Satélite do Turismo** tenta enfrentar esse grave problema. Por meio da sua utilização será possível avaliar, com relativa precisão, a participação efetiva do turismo na renda nacional, na ocupação da mão-de-obra, no nível global de investimentos, nos impostos e na balança de pagamentos do País, entre outros efeitos do setor.

6.4. Sustentabilidade político-institucional no turismo regional

Como já vimos anteriormente, os roteiros turísticos perpassam uma região turística e, portanto, mais de um município. Por isso, vem se realçando a importância de uma Instância de Governança Regional capaz de articular interesses e pontos de vista das distintas comunidades e dos distintos governos municipais que constituem uma mesma região turística. Apresenta-se, ainda, como uma estrutura organizacional necessária para estimular o diálogo, a participação e cooperação, e capaz de estabelecer a complementaridade das atividades dos estabelecimentos econômicos e a convergência de objetivos e instrumentos de gestão dos governos municipais. Assim, a cultura da cooperação deve ser introduzida na administração pública e privada das instituições de turismo que são responsáveis pelo desenvolvimento regional da atividade.

Uma estratégia importante para o desenvolvimento e implementação da sustentabilidade político-institucional no turismo regional é a cooperação para melhorar a eficácia da política e da gestão pública do turismo. No mundo todo, pode-se perceber cada vez mais exemplos de organizações que visam aproximar a sociedade civil e o setor empresarial do dia-a-dia da gestão pública do turismo.

O objetivo dessas organizações normalmente é contribuir com a qualidade

e eficácia dos gestores. Para isso são desenvolvidas empresas mistas, consórcios, conselhos, fóruns, associações e organizações sem fins lucrativos, também conhecidas como as organizações do terceiro setor. É uma tendência cada vez mais evidente que o setor empresarial, em parceria com os governos municipal e estadual, formalizem suas relações criando instituições sem fins lucrativos que tenham objetivos como:

1. democratizar o debate sobre as futuras políticas e estratégias para o desenvolvimento turístico regional;
2. observar de forma sistemática a evolução da demanda turística a partir da realização de pesquisas;
3. garantir a continuidade da política regional de turismo;
4. melhorar o poder de negociação das empresas locais, com fornecedores e clientes.

7 Competências dos principais envolvidos no processo de desenvolvimento do turismo sustentável

Nos países onde a atividade turística encontra-se desenvolvida e estabilizada, como ocorre na maior parte da Europa, o setor privado é o seu principal sustentáculo. A sociedade civil, especialmente por meio das ONGs, e o setor público também participam, porém de maneira secundária.

O quadro brasileiro é bastante distinto, dado o caráter ainda embrionário do turismo no Brasil. A importância da participação do setor público é decisiva para o sucesso de qualquer iniciativa no setor. Face ao caráter federativo do País, impõe-se repartições de funções entre os diversos níveis da gestão pública e privada.

Ao Governo Federal cabe prioritariamente definir o modelo de desenvolvimento do turismo no País. O atual governo, após refletir sobre os rumos do turismo no Brasil e no exterior e definir o planejamento participativo como estratégico, elaborou o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, que reflete a aproximação e integração das instâncias de governo com a sociedade. Como se trata de um modelo de gestão de política pública descentralizada, coordenada e integrada, sua gestão impõe a organização de uma infra-estrutura política, técnica e administrativa compatíveis com a estratégia escolhida.

O setor público estadual geralmente atua na atividade turística por meio de um órgão específico. Sua função básica começa com a elaboração de um plano de desenvolvimento turístico para a Unidade da Federação, onde são explicitados o potencial e a estratégia turística de curto e de médio prazos. A capacitação da mão-de-obra pública e privada, o *marketing* turístico, a promoção de eventos e sobretudo a instalação e conservação da chamada infra-estrutura turística (estradas, acessos, saneamento básico, energia, transporte etc.) formam a parte mais visível das funções estaduais. Na fase inicial de desenvolvimento, a atração de capitais de risco também é tarefa típica das unidades públicas estaduais.

Aos governos municipais compete fundamentalmente a definição e a legislação relativa às regras do uso do solo e do código de postura. Para um

município que deseja elevar seus investimentos turísticos é condição necessária – mas não suficiente – para a atração do capital privado, a elaboração de um plano diretor que explicita claramente as ações a serem tomadas e propicie uma certa segurança ao capital privado.

Uma série de outras responsabilidades fundamentais ao planejamento, implementação e gestão da atividade turística recaem sobre o setor público municipal. A segurança dos sítios históricos, arqueológicos e naturais, a limpeza pública, a fiscalização da implementação dos códigos de postura e de utilização do solo, a manutenção das vias públicas e acessos, dentre outras, asseguram um papel chave para as municipalidades na sustentabilidade do desenvolvimento turístico. É importante destacar a necessidade de construção de um Plano Municipal de Desenvolvimento Sustentável do Turismo para nortear o desenvolvimento turístico do município, sendo que este deverá ser integrado ao Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional, conforme proposição do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.

Assim, para cada nível de abrangência – nacional, estadual, regional e municipal – há conselhos, comitês e fóruns com responsabilidades que se entrelaçam, gerando uma mobilização e participação a partir do município. Este é um ponto central para a compreensão do novo modelo turístico brasileiro.

Elaborar um planejamento integrado e participativo é tarefa árdua. Mas é um importante instrumento para a democratização do processo e para o aumento das possibilidades de engajamento das comunidades envolvidas. Com esse engajamento, sobem as possibilidades da exploração equilibrada da atividade turística e das mudanças estruturais pretendidas pelos programas governamentais.

O setor privado procura obter taxas de retorno compatíveis com os riscos assumidos. Tomando esse fato por base e considerando as invejáveis perspectivas do turismo em todo o planeta, a atividade tem recebido crescentes investimentos por parte da iniciativa privada. O que se espera da iniciativa privada é que esta crie meios de hospedagem, alimentação, transporte, desenvolva passeios, construa diferentes empreendimentos turísticos, faça o *marketing* local, enfim, explore de maneira racional e responsável a atração turística à qual está ligada. Tudo isso com qualidade e segurança para os usuários, e gerando empregos.

As sociedades locais, especialmente por meio das ONGs, estão participando de forma crescente do turismo, notadamente nos segmentos ligados à conservação do meio ambiente e do patrimônio histórico e cultural. O

terceiro setor parece ser o fator que faltava para a obtenção do equilíbrio público privado. Há um número expressivo de intervenções turísticas onde as organizações da sociedade civil desempenharam um papel central para o seu êxito.

Vejamos a seguir, em tópicos, algumas das competências dos principais envolvidos com a implementação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, relacionadas ao desenvolvimento sustentável do turismo.

Figura 4 – Quadro de competências

Aos Órgãos Oficiais de Turismo Federal, Estaduais e Municipais, compete:	<ul style="list-style-type: none">• observar, difundir e fiscalizar a legislação específica do turismo;• planejar a atividade turística de forma integrada a outras atividades econômicas, como também apoiar o desenvolvimento de mecanismos de estímulo destas atividades relacionadas ao turismo;• identificar a necessidade de infra-estrutura de apoio ao turismo, que garanta a qualidade de vida da população e dos turistas, bem como o uso racional dos recursos;• assegurar que o desenvolvimento da atividade turística seja sustentável;• incentivar a formação de parcerias com vistas a otimizar recursos humanos, financeiros e do meio ambiente;• desenvolver ações promocionais e campanhas, no sentido de sensibilizar o turista para a importância da conservação dos ambientes naturais e das populações locais (<i>marketing responsável</i>);• disponibilizar as informações necessárias ao turista, em relação à comunidade que está visitando, ao meio ambiente em geral, aos atrativos especificamente, e a comportamentos adequados no sentido de minimizar os impactos.
À Iniciativa Privada compete:	<ul style="list-style-type: none">• cumprir e fiscalizar a legislação específica referente ao desenvolvimento da atividade turística;• proteger, manter e melhorar a qualidade do ambiente;• treinar funcionários e ainda estabelecer parcerias com vistas a otimizar recursos humanos, financeiros e ambientais;• envolver a mão-de-obra local em seus empreendimentos;• desenvolver ações no sentido de sensibilizar o turista para a importância da conservação ambiental e da preservação das populações locais;• desenvolver ações de comunicação e marketing que adotem um padrão de ética e não poluam visualmente o ambiente;• oferecer serviços de qualidade que garantam a satisfação do turista e que garantam a sustentabilidade em todos os níveis;

	<ul style="list-style-type: none"> • proceder ao licenciamento ambiental das atividades turísticas, quando necessário; • estabelecer a capacidade de suporte dos destinos e monitorar o seu cumprimento, quando de sua competência; • promover o uso eficiente dos recursos renováveis e não renováveis; • planejar e implementar medidas para reduzir, reutilizar, reciclar ou encaminhar para a reciclagem os resíduos sólidos; • minimizar as alterações na paisagem local provocadas por projetos arquitetônicos.
À Instância de Governança Regional , nos casos em que esteja instalada, compete:	<ul style="list-style-type: none"> • buscar alternativas para que o desenvolvimento da atividade turística seja sustentável; • sensibilizar a comunidade para os aspectos do turismo e do meio ambiente e a necessidade de conservá-los; • incentivar a formação de parcerias com vistas a otimizar recursos humanos, financeiros e ambientais; • gerir o processo de desenvolvimento sustentável do turismo na região; • planejar a atividade turística de forma integrada a outras atividades econômicas; • incentivar o estabelecimento de capacidade de suporte em ambientes naturais e sítios históricos; • incentivar a iniciativa privada e a sociedade civil a desenvolver as ações de sua competência, com vistas ao desenvolvimento sustentável do meio ambiente e da atividade turística.
À Sociedade Civil , compete:	<ul style="list-style-type: none"> • cumprir a legislação e fiscalizar sua aplicação, especialmente no que tange à proteção do meio ambiente e ao desenvolvimento do turismo; • proteger, manter e melhorar a qualidade do meio ambiente; • denunciar atos que vão de encontro à degradação da biodiversidade e das comunidades locais.
Aos Turistas , compete:	<ul style="list-style-type: none"> • cumprir a legislação específica e as informações dispostas nos sítios de visitação; • buscar informações, em relação à comunidade que está visitando, ao meio ambiente em geral, aos atrativos especificamente, e a comportamentos adequados no sentido de minimizar os impactos no ambiente; • obedecer a capacidade de suporte estabelecida nos espaços destinados a visitação; • proteger e manter a qualidade do ambiente visitado; • denunciar atos que vão de encontro a degradação da biodiversidade e das comunidades receptoras.

Fontes de consulta

ABDALA, G. C. **Uma abordagem socioecológica do Parque Nacional de Brasília: estudo de caso**. Brasília, 2003. (Série meio ambiente de desenvolvimento, cadernos Unesco Brasil, v.4)

Accor. Annual Report 2004. Disponível em: <http://www.accor.com/gb/upload/report_annuel>. Acesso em: 10 set. 2005.

AGENDA para planificadores locais: turismo sostenible y gestión municipal. Edición para América Latina y El Caribe. Madrid, España: OMT, 1999.

AGENDA 21 for the travel & tourism industry: towards environmentally sustainable development. Madrid: WTO, 1995.

AGUIAR, P. H. **A Representação da paisagem e a atividade turística em Brotas/ SP**. 2004. Dissertação (Mestrado em Geografia) – UNICAMP – Instituto de Geociências. Campinas, 2004. Acesso pelo site EcoTerra Brasil - Meio Ambiente Brotas.

AUGE, M. **Não Lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas: Papirus, 1994.

BAHIA. Companhia de Desenvolvimento Urbano. **Síntese de informações do projeto: projeto de recuperação ambiental e requalificação: povoado de Praia do Forte – etapa 3 – município de Mata de São João**. Salvador, 2001.

BAHIA. **PDITS: plano de desenvolvimento integrado do turismo sustentável – Salvador e Entorno – Prodetur NE – II**. Salvador, 2004.

BARBIERI, J. C. **Desenvolvimento e meio ambiente: as estratégias de mudança da Agenda 21**. Petrópolis: Vozes, 1997.

BARBOSA, Y. M. **O Despertar do turismo: um olhar crítico sobre os não – lugares**. São Paulo: Aleph, 2001.

BARRETO, M. ; BANDUCCI, A. (Org.). **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Campinas: Papirus, 2001.

BAUDRILARD, J. **A ilusão vital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

- BENJAMIN, A. H. V. **Dano ambiental: prevenção, reparação e repressão**. São Paulo: R. dos Tribunais, 1993.
- BENNET, S. J. ; FREIERMAN, R. ; GEORGE, S. **Corporate realities & environmental truths: strategies for leading your business in the environmental era**. Washington, DC: John Wiley & Sons, Inc., 1994.
- BEZERRA, N. P. **Implantação do programa de ecoturismo na reserva de desenvolvimento sustentável Mamirauá, Amazonas, Brasil**. [S.l.: s.n.], 2003.
- BIGNAMI, R. **A imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagem competitiva**. São Paulo: Aleph, 2002.
- BRAMWILL, B et al. (Ed.) **Sustainable tourism management: principles and practice**. Tilburg , Netherlands: Tilburg University Press, [200-?].
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: Diretrizes, Metas e Programas: 2003 – 2007**. Brasília, 2003.
- _____. **Plano Nacional do Turismo 2007/2010 – Uma Viagem de Inclusão**. Brasília, 2007
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil: Diretrizes Operacionais**. Brasília, 2004.
- _____. **Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil: Diretrizes Políticas**. Brasília, 2004.
- _____. **Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil: Roteirização Turística: Módulo Operacional 7**. Brasília, 2005.
- BENI, Mario . **Análise estrutural do turismo**. São Paulo : SENAC, 2000.
- BENKO, G. **Economia, espaço e globalização na aurora do século XXI**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- BOYER, M. **L'invention du tourisme**. Paris: Gallimard, 1996.
- BURKE, P. **Cultura popular na idade moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- BURSZTYN, M. **Armadilhas do progresso: contradições entre economia e ecologia**. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 2, n.1, p. 97- 124, jan. /jul. [199-?]
- BRUSCHI, J. C. **A origem da vida e o destino da matéria**. Florianópolis: Edusc, 1999.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Ed. USP, 1997.

CAPRA, F. **O ponto de mutação: a ciência, a sociedade e a cultura**. São Paulo: Cultrix, 1982.

CARVALHO, C. L. **A hora e a vez do turismo no Brasil**. Disponível em: <<http://www.roteirobrasil.jor.br/>>. Acesso em : 14 set. 2005.

CEBALLOS-LASCURÁIN, H. **Integrating biodiversity into the tourism sector: best practice guidelines**. [S.l.]: UNEP/UNDP/GEF/BPSP, 2001.

CST. **Sustainable tourism certification**. Disponível em: <www.turismo-sostenible.co.cr>. Acesso em 2005.

CORIOLOANO, L. N ; LIMA, L. C. **Turismo comunitário e responsabilidade sócio - ambiental**. Fortaleza: Eduece, 2003.

CRUZ, R.. C. A. **O nordeste que o turismo (ta) não vê**. In: ALDIYR, Rodrigues(Org.). **Turismo, modernidade e globalização**. São Paulo: Hucitec, 2002.

COSTA, Delaine Martins. **Gênero e raça no orçamento municipal: um guia para fazer a diferença**. Rio de Janeiro: IBAM, 2006. v.1

DEMO, Pedro. **Participação é conquista: noções de política social participativa**. São Paulo: Cortez, 1988.

DIÁLOGO social e gestão participativa. Brasília: MPS, 2003.

DIEGUES, A. C. **Desenvolvimento sustentável ou sociedade sustentável** In: ECOLOGIA humana e planejamento em áreas costeiras. São Paulo: Nupaub, 1995.

DUARTE, L. ; THEODORO, S. **Dilemas do cerrado: entre o ecologicamente (in)correto e o socialmente (in)justo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

ECONOMIANET. **Conceito de desenvolvimento sustentável**. Disponível em:<http://www.economiabr.net/economia/3_desenvolvimento_sustentavel_historico.html>. Acesso em: 06 maio 2005.

ECONOMIANET. **Conceito sustentável histórico**. Disponível em : <http://www.economiabr.net/economia/3_desenvolvimento_sustentavel_conceito.html>. Acesso em: 10 Jun. 2005.

EHLERS, E. M. **Turismo sustentável: oportunidade de empreendedorismo e conservação ambiental**. [S.l.: s.n.], 2002. Prêmio Sesc -Senac de Turismo Sustentável.

FESTIVAL de Inverno Pedro II. Teresina: Sebra/PI, 2005.

FRAGA, M. **Turismo e desenvolvimento sustentável: referências e reflexões.** Observatório de Inovação do Turismo. Área Temática: Desenvolvimento Sustentável. [S.l.]: EBAPE/FGV. 2003.

FRANCE, L. (Ed.). **The Earthscan reader in sustainable tourism.** UK: Earthscan Publications Ltd., 1998.

FRÉMOM, A. **Região, espaço vivido.** Coimbra, Portugal: Ed. Almedina, 1980.

FREIRE, A L. O. **Turismo, urbanização e sustentabilidade econômica e sócio-ambiental em Vitória-ES.** Disponível em: <http://www.igeo.uerj.br/VICBG-2004/Fixo1/el_cont406.htm>. Acesso em: 06 maio. 2005.

FONTELES, J. O. **Turismo e impactos socioambientais.** São Paulo: Aleph, 2004.

GESTÃO pública e participação. Salvador: FLEM, 2005.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GAMA, H.L. **Turismo e sustentabilidade: um olhar sociológico sobre os lugares Ponta do Corumbau e Havana em Cuba.** 2005. Tese (Doutorado em Sociologia)-Ceppac – Universidade de Brasília, 2005.

GASTAL, S. (Org.). **Turismo e investigação crítica.** São Paulo: Contexto, 2002.

_____. **Turismo, imagens e imaginários.** São Paulo: Aleph, 2005.

_____. ; CASTROGIOVANNI, A. C. (Org.) **Turismo na pós modernidade: (des) inquietações.** Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

GONÇALVES, Marcos Flavio R. (Coord.). **Manual do prefeito.** 12.ed. rev., aum. e atual. Rio de Janeiro : IBAM, 2005.

GRAEFE, A. R.; KUSS, F. R.; VASKE, J. J. **Visitor impact management: the planning framework.** Washington: National Park and Conservation Association, 1990.

GUÍA para administraciones locales: desarrollo turístico sostenible. Madrid: OMT, 1999.

GUIDE for local authorities on sustainable tourism development. Madrid: WTO, 1999.

HELLER, A. **O cotidiano e a história.** São Paulo: Paz e Terra, 1989.

ICLEI/UNEP. **Tourism and local agenda 21: the role of local authorities in sustainable tourism.** [S.l.]: United Nations Publication, 2003.

IH. Caderno de indicadores para o sistema de gestão da sustentabilidade. Disponível em: <www.pcts.org.br>. Acesso em: 2004.

IH. NIH-54: norma nacional para meios de hospedagem : requisitos para a sustentabilidade. Disponível em: < www.pcts.org.br> . Acesso em: 2004.

INDICATORS of sustainable development for tourism destinations: a guidebook. Madrid: WTO, 2004.

IUCN/PNUMA/WWF. **Cuidar de la tierra: estrategia para el futuro de la vida.** Gland, Suíça.: [s.n.], 1991.

INSKEEP, E. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável.** [S.l.]: Bookman, 2003.

JAMESON, F. **Pós – modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio.** São Paulo: Ática, 1986.

JANÉR, A.; BEZERRA, N. P. **Um diagnóstico do programa de ecoturismo implantado na reserva de desenvolvimento sustentável Mamirauá: estudo de caso.** Tefé- AM: Instituto Mamirauá, NAEA/UFPA, 2003.

JARA, C. J. **Sustentabilidade do desenvolvimento local.** Disponível em: <<http://www.iica.org/>>. Acesso em: 10 ago. 2005.

KLOETZEL, K. **O Que é meio ambiente.** São Paulo: Brasiliense, [198-]. (Coleção primeiros passos)

KO, T. G. **Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach tourism management.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Turismo: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 1999.

LEMONS, A. I. G. (Org.). **Turismo: impactos socioambientais.** São Paulo: Hugitec, 1996.

LEUNG, Y. F.; MARION, J. L. Recreation impacts and management in wilderness: a state-of-knowledge review. In: WILDERNESS science in a time of change conference: wilderness ecosystems, threats, and management. Missoula: USDA, Forest Service, 2000.

Lickorish, L. J. **Developing tourism destinations: policies and perspectives.** UK: Longman Group, 1991. p.121-142.

LUBANBO, Catia; COELHO, Denilson. **Atores sociais e estratégias de participação no programa governo nos municípios.** Petrópolis: Vozes, 2005.

MANUAL prático de planejamento do turismo sustentável: planejamento

turístico sustentável para o município de Brotas/SP. São Paulo: Eco Associação, 2002. v.1

McINTYRE, G. **Sustainable tourism development: guide for local planners**. Spain: WTO, 1993.

MENDES, M. C. **Desenvolvimento sustentável**. Disponível em : <http://educar.sc.usp.br/biologia/textos/m_a_txt2html>. Acesso em: 10 jul. 2005.

MEADOWS, D.L. et al. **Limites do crescimento: um relatório para o projeto do Clube de Roma sobre o dilema da humanidade**. São Paulo: Perspectiva, 1972.

MERCOTUR. Desafios operacionais do turismo sustentável. <<http://www.mercotur.org>>. Acesso em: 14 abr. 2006.

MONTEIRO, Jose Henrique Penido ; FIGUEIREDO, Carlos Eugenio Moutinho ; MAGALHÃES, Antonio Fernando et al. **Manual de gerenciamento integrado de resíduos sólidos**. Coordenação técnica Victor Zular Zveibil. Rio de Janeiro : IBAM, 2001.

MONTORO, T. (Org.). **Cultura do turismo: desafios e práticas socioambientais**. Brasília: Thesaurus, 2003.

_____. **Comunicação e mobilização social**. Brasília: Ed. UNB, 1997.

_____. **A construção da imagem do turismo na mídia impressa**. *Revista Comunicação e Informação*, Belo Horizonte, v.2, n.10, 2004.

MORIN, E. **Ciência com consciência**. Lisboa: Publicações Europa – América, 1982.

MURPHI, P. **Tourism: a community approach**. Londres: Methuen, [200-?].

MURTA, S. M. ; ALBANO, C. (Org.). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2002.

OECD. **OECD core set of indicators for environmental performance reviews**. Organization for Economic Cooperation and Development. (Environmental monographs, 83). Disponível em: <http://www.oecd.org>, Acesso em: 21 fev. 2000.

OMT. **Código de ética mundial para o turismo**. Tradução para o português pela FUNDATEC / Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul, 2000.

OMT. **Contribuciones de la organización mundial del turismo a la cumbre mundial sobre el desarrollo sostenible**. Johannesburgo, 2002

OMT. **Cooperación entre los setores público y privado**. Madrid: Organización Mundial del Turismo, 2000.

_____. **Turismo panorama 2020**. Madrid: Organización Mundial del Turismo, 1998.

PASSOLD, A. J. **Seleção de indicadores para o monitoramento do uso público em áreas naturais**. 2002. Dissertação (Mestrado)-. ESALQ. Piracicaba, 2002.

PERALTA, N. **Implantação do programa de ecoturismo na reserva de desenvolvimento sustentável Mamirauá, Amazonas, Brasil**. *Ciência e Tecnologia*, Rio Claro, v.2, n.2, 2002.

PUTNAM, Robert. **Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna**. Rio de Janeiro: FGV, 1996.

PALOMO, Salvador. **I Encuentro internacional sobre turismo justo: Diputación de Málaga**, 2006.

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

RIBEIRO, E. B. **Tematização de empreendimentos turísticos**. Disponível em: <<http://www.sobreturismo.com.br/>>. Acesso em: 07 maio 2005.

ROSA, S. S. ; TAVARES, M. M. **A recente expansão dos resorts no Brasil**. *BNDES Setorial*, n. 16, p. 85-104, set. 2002.

ROSENDAHL, Z. ; CORREA, R. L (Org.). **Paisagem, imaginário e espaço**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2003.

SACHS, I. **Ecodesenvolvimento: crescer sem destruir**. São Paulo: Vértice, 1986.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável, meio ambiente e economia**. São Paulo: Aleph, 2000.

SANTOS, J.; ALCANTARA, C. **Turismo sob a ótica da sustentabilidade 2002**. Disponível em: <<http://www.senac.br/informativo/BST/301/boltec301c.htm>>. Acesso em: 08 ago. 2005.

SACHS, I. **Quelles régulations pour um développement durable**. *Revue Écologie et Politique*, Paris, n. 15, 1995.

SANTOS. C. **Turismo sob a ótica da sustentabilidade**. Disponível em: <<http://www.senac.br/informativo-2005>>. Acesso em: 05 maio 2005.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1994.

_____. **De la totalidad al lugar**. Barcelona, Espanha: Ed. Oikos, 1996.

- STABLER, M. (Ed.). **Tourism and sustainability: principles and practice**. Wallingford: CAB Internacional, [200-].
- SILVA, M. G. **Cidades turísticas: identidades e cenários de lazer**. São Paulo: Aleph, 2004.
- SISTEMA Nacional de Unidades de Conservação da Natureza – SNUC. Brasília: MMA, 2000.
- SMITH, W. **Hosts and guests: an anthropology of tourism**. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1997.
- SOUZA, B. S. **Um discurso sobre as ciências**. Porto: Ed. Afrontamento, 1993.
- YAZIGI, E. **A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano**. São Paulo: Contexto, 2001
- _____ et al. (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 2002.
- TEIXEIRA, E. **O local e o global: limites e desafios da participação cidadã**. São Paulo: Cortez, 2001.
- TRIGO, L. G. **Turismo e civilização**. São Paulo: Contexto, 2001.
- TORO, J. B. ; WERNECK, N. D. **Mobilização social: um modelo de construir a democracia e participação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- TORRES BERNIER, Enrique. **Actualización de las megatendencias del mercado turístico**. Málaga: UMA, 2005. Apuntes del Programa de Doctorado en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible.
- UNEP. **Sustainable tourism**. Disponível em: www.unep-tie.org/pc/tourism/sust-tourism. Acesso em 2005.
- UNESCO. **Proceedings of the international seminar: tourism management in heritage cities**. Verona: Cierre Gráfica, 1998.(Technical report, n.28).
- UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME; WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Final report of the international conference on sustainable tourism in small island developing states and other islands**. Lanzarote : UNEP – WTO, 1998.
- VEIGA, J. E. **Cidades imaginárias: o Brasil é menos urbano do que se imagina**. Campinas: Autores Associados, 2002.

VERA, Fernando; IVARS, J. A. **Una propuesta de indicadores para la planificación y gestión del turismo sostenible: comunicación al congreso nacional de medio ambiente.** [S.I.]: Universidad de Alicante, 2000.

VIGNATI, Federico. **O papel da cooperação na formação de cadeias produtivas de turismo.** *Revista Augustus*, v.7, n.15, p.34-45, jul./ dez. 2002.

WWF Brasil. **Manual de ecoturismo de base comunitária: ferramentas para um planejamento responsável.** Brasília, 2003.

WWF Brasil/BID. **Turismo responsável: manual para políticas locais.** Brasília, 2004.

WEILER, B. ; Hall, C. **Special interest tourism.** Londres: Bellhaven Press, [200-?].

WAINBERG, J. A. **Turismo e comunicação: a indústria da diferença.** São Paulo: Contexto, 2003.

Anexo 1

A certificação e os princípios do turismo sustentável

A certificação é um mecanismo que permite enviar ao comprador de um produto, ou serviço, uma mensagem simples sobre sua qualidade ou características. A mensagem, em geral, é passada a partir de um símbolo, ou marca, comumente chamada de selo. A idéia do selo é resumir uma série de informações sobre determinada qualidade, ou característica, de um produto que, de outra maneira, precisaria ser descrita e explicada em cada produto.

Há vários tipos de certificação e selos, alguns são obrigatórios como, por exemplo, o selo do Serviço de Inspeção Federal (SIF) para os alimentos, que garante o registro no Ministério da Agricultura. Existem ainda os sistemas de certificação voluntária, que vão além da legislação e seus regulamentos. Bons exemplos desses, são a certificação de alimentos orgânicos e a certificação de manejo florestal.

No caso do turismo brasileiro, a certificação tem o propósito de promover a sustentabilidade e a inserção competitiva dessa atividade no mercado internacional. O Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável⁹ (CBTS), criado em junho de 2002, elaborou, em conjunto com entidades ambientalistas, representantes de movimentos sociais e empresários e especialistas em turismo de todo o País, uma relação de princípios balizadores da atividade turística sustentável. Para tanto, acompanhou a iniciativa internacional e fez adaptações para a realidade brasileira.

A preocupação com a definição de princípios e critérios para a atividade turística e a conseqüente certificação para este setor são fenômenos relativamente novos. A maioria das iniciativas surgiram após a conferência Rio 92, em seguimento a uma tendência mundial de se efetivar negócios mais ambientalmente responsáveis.

Numerosos esquemas de certificação em turismo têm sido criados em todo mundo, com o objetivo de reconhecer os esforços que muitas empresas têm

⁹ O Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável (CBTS) é uma entidade intersetorial do turismo, apta a delimitar uma estratégia única para a certificação do turismo sustentável no Brasil e para o estabelecimento de padrões de qualidade sócio-ambiental adequados à realidade brasileira, por meio de um sistema de certificação independente.

feito para melhorar suas práticas, e, assim, diferenciá-las daquelas que não perseguem o mesmo objetivo. Os programas de certificação fornecem, aos empresários, uma ferramenta operacional que garante a minimização do impacto da atividade sobre os meios natural e sociocultural, além de subsídios para estratégias de *marketing* que valorizem as operações turísticas que buscam a sustentabilidade.

Princípios são os ideais filosóficos que norteiam a ação do mercado do turismo sustentável. Pode-se entender também como as leis ou as regras fundamentais que norteiam o funcionamento do mercado turístico em sua relação com os sistemas social e ambiental envolvidos. Os princípios são componentes de um objetivo, por exemplo, o envolvimento das comunidades locais para a implantação do turismo.

Os sete princípios, relacionados a seguir, foram discutidos por representantes do setor e divididos em três câmaras técnicas: a ambiental, a social e a econômica. A discussão foi ampla e aberta a todos os interessados no tema, que puderam contribuir para o resultado final.

Princípios do Turismo Sustentável

P1. RESPEITAR A LEGISLAÇÃO VIGENTE

O turismo deve respeitar a legislação vigente, em todos os níveis, no país, e as convenções internacionais de que o país é signatário.

P2. GARANTIR OS DIREITOS DAS POPULAÇÕES LOCAIS

O turismo deve buscar e promover mecanismos e ações de responsabilidade social, ambiental e de equidade econômica, inclusive o respeito e a defesa dos direitos humanos e de uso da terra. E, ainda, manter ou ampliar, em médio e longo prazos, a dignidade dos trabalhadores e comunidades envolvidas.

P3. CONSERVAR O AMBIENTE NATURAL E A SUA BIODIVERSIDADE

Em todas as fases de implantação e operação, o turismo deve adotar práticas de mínimo impacto sobre o ambiente natural. Para tanto deve monitorar e mitigar, efetivamente, os impactos, de forma a contribuir para a manutenção das dinâmicas e processos naturais em seus aspectos paisagísticos, físicos e biológicos, além de considerar o contexto social e econômico existente.

P4. CONSIDERAR O PATRIMÔNIO CULTURAL E VALORES LOCAIS

O turismo deve reconhecer e respeitar o patrimônio histórico-cultural das regiões e localidades receptoras e ser planejado. Para tanto, deve implementar e gerenciar em harmonia às tradições e valores culturais e colaborar para o desenvolvimento dessas regiões.

P5. ESTIMULAR O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO DOS DESTINOS TURÍSTICOS

O turismo deve contribuir para fortalecer: as economias locais, a qualificação das pessoas, a geração crescente de trabalho, o emprego, a renda e o fomento da capacidade local de desenvolver empreendimentos turísticos.

P6. GARANTIR A QUALIDADE DOS PRODUTOS, PROCESSOS E ATITUDES

O turismo deve avaliar e atender às expectativas do turista. Para tanto, deve estabelecer, documentar, divulgar e reconhecer padrões de higiene, segurança, informação, educação ambiental e atendimento.

P7. ESTABELECEER O PLANEJAMENTO E A GESTÃO RESPONSÁVEIS

O turismo deve estabelecer procedimentos éticos na gestão de negócios, com vista a engajar a responsabilidade social, econômica e ambiental de todos os integrantes da atividade. Deve também incrementar o comprometimento do seu pessoal, fornecedores e turistas com a sustentabilidade dos destinos e do próprio negócio, desde a elaboração de sua missão, objetivos, estratégias, metas, planos e processos de gestão, de forma documentada.

Anexo 2

Agenda 21 para a indústria de viagens e turismo

Em 1996, a “Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo para o Desenvolvimento Sustentável” foi elaborada pela Organização Mundial do Turismo (OMT), pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) e pelo Conselho da Terra. Essa publicação foi inspirada na Agenda 21, documento aprovado durante a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), realizada no Rio de Janeiro em 1992. Constitui uma referência importante para o estabelecimento de planos de ação que concebem o turismo de maneira sustentável (Fraga, 2003).

A Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo indica 16 áreas prioritárias para o desenvolvimento de programas e os procedimentos para a sua implementação.

As oito áreas dirigidas a governos e representações das organizações do setor turístico são as seguintes:

1. a avaliação da capacidade do quadro regulatório, econômico e voluntário para apoiar o desenvolvimento de políticas que viabilizem a implementação do turismo sustentável;
2. avaliação das implicações econômicas, sociais, culturais e ambientais das operações da organização/instituição, no sentido de examinar sua própria capacidade para atuar na direção da perspectiva de desenvolvimento sustentável;
3. treinamento, educação e formação da consciência pública, no sentido do desenvolvimento de formas mais sustentáveis de turismo e com o objetivo de viabilizar a capacidade necessária para a execução de tarefas nessa direção;
4. planejamento para o turismo sustentável a partir do estabelecimento e implementação de medidas que assegurem o planejamento efetivo do uso do solo, que maximizem benefícios ambientais e sociais, e minimizem danos potenciais à cultura e ao meio ambiente;
5. promoção de intercâmbio de informações, conhecimento e tecnologias

entre países desenvolvidos e em desenvolvimento que viabilizem o turismo sustentável;

6. fomento à participação de todos os setores da sociedade;
7. monitoramento para avaliação dos progressos alcançados frente as quatro metas de turismo sustentável através de indicadores confiáveis, aplicáveis em nível local e nacional;
8. estabelecimento de parcerias que facilitem iniciativas responsáveis.

Oito áreas prioritárias dirigem-se às empresas de viagem e turismo para estabelecerem os seguintes procedimentos sustentáveis:

1. minimizar o desperdício por meio da diminuição do uso de recursos e aumento da qualidade;
2. gerenciar o uso de energia para redução do consumo e emissão de substâncias potencialmente poluidoras da atmosfera.
3. gerenciar o uso da água com vista à manutenção da qualidade e eficiência no consumo;
4. gerenciar o uso das águas servidas e do esgoto para conservar os recursos hídricos e proteger a flora e fauna;
5. gerenciar o uso produtos tóxicos e/ou perigosos de modo a promover a sua substituição por produtos menos impactantes ao meio ambiente;
6. gerenciar o sistema de transportes com o objetivo de controlar emissões perigosas para a atmosfera ou de outros impactos ambientais;
7. planejar e gerenciar o uso do solo, no contexto da demanda de uso múltiplo e eqüitativo, com vista ao compromisso com a preservação ambiental e cultural, assim como com a geração de renda;
8. envolver os empresários e trabalhadores do turismo, turistas e comunidades locais nas questões ambientais.

Anexo 3

Código de Ética Global para o turismo

No capítulo 30 - Fortalecimento do Papel do Comércio e da Indústria - a Agenda 21 Global indica a adoção de códigos de conduta que promovam uma atuação responsável dos atores, devido à importância deles no desenvolvimento econômico e social.

Com essa perspectiva, foi elaborado pela Organização Mundial do Turismo (OMT), entre os anos de 1997 e 1999, o Código Mundial de Ética para o Turismo. Esse código recebeu contribuições de mais de 70 Estados Membros do setor privado, das ONGs e das organizações de trabalhadores em turismo. Aprovado em 1999, na Assembléia Geral da OMT, ele foi fruto de ampla consulta e inspirado em documentos como a Declaração dos Direitos do Homem, a Convenção de Chicago, a Declaração de Manilha, a Declaração do Rio, a Convenção sobre a Diversidade Biológica e a Declaração de Estocolmo.

A intenção desse conjunto de artigos é ajudar a minimizar os impactos negativos que o turismo gera no meio ambiente natural e na herança cultural de muitas localidades receptoras. E, ainda, potencializar os benefícios, de modo a salvaguardar o futuro da atividade. Constitui um plano de referência para o desenvolvimento racional e sustentável do turismo, para que seja resguardada a contribuição do setor à prosperidade econômica, à paz e ao entendimento entre nações.

Os dez artigos apresentam regras úteis para os governos locais, regionais e nacionais, para os operadores de turismo e agentes de viagem, para os trabalhadores do turismo em geral, para a localidade ou destino turístico e também para os turistas.

Artigo 1º - CONTRIBUIÇÃO DO TURISMO PARA O ENTENDIMENTO E RESPEITO MÚTUO ENTRE HOMENS E SOCIEDADES

1. A compreensão e a promoção dos valores éticos comuns da humanidade, em um espírito de tolerância e respeito à diversidade, às crenças religiosas, filosóficas e morais são, por sua vez, o fundamento e a consequência de um turismo responsável. Os agentes do desenvolvimento turístico e os próprios

turistas deverão prestar atenção às tradições e práticas sociais e culturais de todos os povos, inclusive das minorias nacionais e das populações autóctones. Desse modo, reconhecerão suas riquezas.

2. As atividades turísticas serão organizadas em harmonia com as peculiaridades e tradições das regiões e países receptores, de modo a respeitar suas leis e costumes.
3. Tanto as comunidades receptoras como os agentes profissionais locais deverão conhecer e respeitar os turistas que os visitam, informar-se sobre sua forma de vida, seus gostos e suas expectativas. A educação e a formação que competem aos profissionais contribuirão para uma recepção hospitaleira aos turistas.
4. As autoridades públicas têm a missão de assegurar a proteção dos turistas e dos visitantes, assim como de seus pertences. Ficarão com o encargo de prestar atenção especial aos turistas estrangeiros, devido a sua vulnerabilidade. A finalidade será facilitar a fixação de meios de informação, prevenção, proteção, seguro e assistência específicos que correspondam às suas necessidades. Os atentados, agressões, seqüestros e ameaças dirigidos contra turistas ou trabalhadores do setor turístico, assim como a destruição intencional de instalações turísticas ou de elementos do patrimônio cultural e natural devem ser condenados e reprimidos com severidade, conforme a legislação nacional em vigor.
5. Em seus deslocamentos, os turistas e visitantes deverão evitar todo o ato criminal ou considerado delinqüente pelas leis do país que visitam e qualquer comportamento que possa chocar a população local, ou ainda, danificar o entorno do lugar. Deverão se abster de qualquer tipo de tráfico de drogas, armas, antiguidades, espécies protegidas, produtos e substâncias perigosas e proibidas pelo regulamento nacional.
6. Os turistas e visitantes têm a responsabilidade de informar-se desde sua saída, sobre as características do país que vão visitar. E além disso, deverão ser conscientizados dos riscos de saúde e seguros inerentes a todos os deslocamentos fora de seu entorno habitual. E, ainda, deverão se comportar de forma a diminuir esses riscos.

Artigo 2. O TURISMO, INSTRUMENTO DE DESENVOLVIMENTO PESSOAL E COLETIVO

1. O turismo, que é uma atividade geralmente associada ao descanso, à diversão, ao esporte e ao acesso a cultura e a natureza, deve ser concebido

e praticado como um meio privilegiado de desenvolvimento individual e coletivo. Ao se considerar a abertura de espírito necessária, é um fator insubstituível de auto-educação, tolerância mútua e aprendizagem das legítimas diferenças entre os povos, culturas e suas diversidades.

2. As atividades turísticas deverão respeitar a igualdade entre homens e mulheres. E, assim, deverão ser promovidos os direitos humanos e em particular, os direitos específicos dos grupos de populações mais vulneráveis, especialmente as crianças, as pessoas incapacitadas, as minorias étnicas e os povos autóctones.
3. A exploração de seres humanos, em qualquer de suas formas, principalmente a sexual, e em particular quando afeta as crianças, fere os objetivos fundamentais do turismo e estabelece uma negação de sua essência. Portanto, conforme o direito internacional, deve-se combatê-la sem reservas, com a colaboração de todos os Estados interessados, e penalizar os autores destes atos com o rigor das legislações nacionais dos países visitados e dos próprios países destes, mesmo quando cometidos no exterior.
4. Os deslocamentos por motivos de religião, saúde, educação e intercâmbio cultural ou lingüístico, constituem formas particularmente interessantes de turismo e devem ser promovidas.
5. Será favorecida a introdução de programas de estudo, como intercâmbios turísticos, mostrando seus benefícios econômicos, sociais e culturais, mas, também, seus riscos.

Artigo 3. O TURISMO, FATOR DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

1. Todos os agentes de desenvolvimento turístico têm o dever de proteger o meio ambiente e os recursos naturais, com perspectiva de um crescimento econômico constante e sustentável, que seja capaz de satisfazer eqüitativamente as necessidades e aspirações das gerações presentes e futuras.
2. As autoridades públicas nacionais, regionais e locais favorecerão e incentivarão todas as modalidades de desenvolvimento turístico que permitam preservar recursos naturais escassos e valiosos, em particular a água e a energia, e evitem no que for possível a produção de resíduos.
3. Se procurará distribuir no tempo e no espaço os movimentos de turistas e visitantes, em particular por intermédio das férias remuneradas e das férias escolares, e, equilibrar melhor a freqüência com a finalidade de reduzir a

pressão que exerce a atividade turística no meio ambiente e de aumentar seus efeitos benéficos no setor turístico e na economia local.

4. Se concederá a infra-estrutura e se programarão as atividades turísticas de forma que se proteja o patrimônio natural que constituem os ecossistemas e a diversidade biológica, e que se preservem as espécies em perigo da fauna e da flora silvestre. Os agentes do desenvolvimento turístico, e em particular os profissionais do setor, devem admitir que se imponham limites à suas atividades quando as mesmas sejam exercidas em espaços particularmente vulneráveis: regiões desérticas, polares ou de alta montanha, litorâneas, florestas tropicais ou zonas úmidas, principalmente quando forem importantes para a criação de parques ou reservas protegidas.
5. O turismo de natureza e o ecoturismo se reconhecem como formas de turismo particularmente enriquecedoras e valorizadoras, sempre que respeitem o patrimônio natural e a população local e se ajustem à capacidade de suporte dos lugares turísticos.

Artigo 4. O TURISMO, FATOR DE APROVEITAMENTO E ENRIQUECIMENTO DO PATRIMÔNIO CULTURAL DA HUMANIDADE

1. Os recursos turísticos pertencem ao patrimônio comum da humanidade. As comunidades, em cujo território se encontram, tem com relação a eles direitos e obrigações particulares.
2. As políticas e atividades turísticas se inteirarão a respeito do patrimônio artístico, arqueológico e cultural que devem proteger e transmitir para as gerações futuras. Será concedida atenção particular à proteção e à recuperação dos monumentos, santuários e museus, como também dos lugares de interesse histórico ou arqueológico, que devem estar amplamente abertos à visitação turística. Será estimulado o acesso do público aos bens e monumentos culturais de propriedade particular respeitando os direitos de seus proprietários, assim como aos edifícios religiosos sem prejudicar os cultos.
3. Os recursos procedentes da visitação dos lugares e monumentos de interesse cultural teriam que ser designados preferencialmente, ao menos em parte, à manutenção, proteção, melhoria e ao enriquecimento desse patrimônio.
4. A atividade turística se organizará de modo que permita a sobrevivência e o progresso da produção cultural e artesanal tradicional, assim como, do folclore e que não caminhe para sua normalização e empobrecimento.

Artigo 5. O TURISMO, ATIVIDADE BENÉFICA PARA OS PAÍSES E AS COMUNIDADES DE DESTINO

1. As populações e comunidades locais se associarão às atividades turísticas e terão uma participação equitativa nos benefícios econômicos, sociais e culturais, especialmente se beneficiando da criação direta e indireta de empregos.
2. As políticas turísticas se organizarão de maneira que contribuam com a melhoria da qualidade de vida da população das regiões visitadas, correspondendo às suas necessidades. A concepção urbanística e arquitetônica e a forma de exploração dos meios de hospedagem turísticos tenderão para sua ótima integração no contexto econômico e social local. De igual importância, se priorizará a contratação de mão-de-obra local.
3. Se dará atenção particular aos problemas específicos das zonas litorâneas e dos territórios peninsulares, assim como das frágeis zonas rurais e de montanha, aonde o turismo representa com frequência uma das poucas oportunidades de desenvolvimento, diante do declínio das atividades econômicas tradicionais.
4. De acordo com a normativa estabelecida pelas autoridades públicas, os profissionais de turismo, e em particular os investidores, executarão estudos de impacto de seus projetos de desenvolvimento no entorno e nos meios naturais. Igualmente, facilitarão com a máxima transparência e objetividade pertinente, toda a informação relativa aos seus programas futuros e suas consequências previsíveis, e favorecerão o diálogo sobre seu conteúdo com as populações interessadas.

Artigo 6. OBRIGAÇÕES DOS AGENTES DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

1. Os agentes profissionais do turismo têm obrigação de fornecer aos turistas uma informação objetiva e autêntica sobre lugares de destino e sobre as condições de viagem, recepção e estada. Além disso, manterão com absoluta transparência as cláusulas dos contratos que proponham aos clientes, a natureza, o preço e a qualidade dos serviços, de modo a estipular compensações financeiras, no caso da ruptura unilateral dos contratos pela não-prestação de serviços contratados.
2. Em cooperação com as autoridades públicas, os profissionais do turismo terão que se comprometer com a segurança, a prevenção de acidentes, e as condições sanitárias e de higiene dos alimentos dos beneficiários. Eles

devem se ocupar com os sistemas de seguros e de assistência necessários. Além disso, assumirão o compromisso de prestar contas, conforme disponha a legislação nacional, e quando for o caso, pagar uma indenização eqüitativa pelo descumprimento de cláusulas contratuais.

3. E quando deles dependa, os profissionais do turismo contribuirão para o pleno desenvolvimento cultural e espiritual dos turistas, e permitirão o exercício de suas práticas religiosas durante os deslocamentos.
4. Em coordenação com os profissionais interessados e suas associações, as autoridades públicas dos Estados de origem e dos países de destino, cuidarão pelo estabelecimento de mecanismos necessários para a repatriação dos turistas nos casos de descumprimento de contratos pelas empresas organizadoras de viagens.
5. Os Governos têm o direito – e o dever, – especialmente em casos de crises, de informar aos cidadãos das condições difíceis, inclusive dos perigos com que possam se encontrar durante seus deslocamentos no estrangeiro. Além disso, é de sua incumbência facilitar essas informações sem prejudicar de forma injustificada e nem exagerada o setor turístico dos países receptores e os interesses de seus próprios operadores. O conteúdo das eventuais advertências deverá ser previamente discutido com as autoridades dos países de destino e com os profissionais interessados. As recomendações formuladas guardarão estrita proporção com a gravidade das situações reais e se limitarão às zonas geográficas onde se haja comprovado a situação de insegurança. Essas recomendações se atenuarão ou se anularão quando se permita a volta da normalidade.
6. A imprensa, e em particular a imprensa especializada em turismo e os demais meios de comunicação, incluindo os modernos meios de comunicação eletrônica, difundirão uma informação verdadeira e equilibrada sobre os acontecimentos e as situações que possam influir na freqüência turística. Deverão ter o cuidado de divulgar indicações precisas e fiéis aos consumidores dos serviços turísticos. Com esse objetivo, desenvolverão e empregarão novas tecnologias de comunicação e comércio eletrônico que, igual a imprensa e os demais meios de comunicação, não facilitarão de modo algum o turismo sexual.

Artigo 7. DIREITO AO TURISMO

1. A possibilidade de acesso direto e pessoal ao descobrimento das riquezas de nosso mundo constituirá igual direito de todos os habitantes do nosso

planeta. O aumento da demanda no turismo nacional e internacional deve ser entendido como uma das melhores expressões possíveis do contínuo crescimento do tempo livre, e a ele não se colocará obstáculo nenhum.

2. O direito ao turismo para todos, deve ser entendido como consequência do direito ao descanso e lazer, e em particular a limitação razoável da duração do trabalho e a férias anuais pagas, garantidas no art. 24 da Declaração Universal dos Direitos Humanos e no art. 7 do Tratado Internacional de Direitos Econômicos, Sociais e Culturais.
3. Com o apoio das autoridades públicas, se desenvolverá o turismo social, em particular associativo, que permite o acesso da maioria dos cidadãos ao lazer e a férias.
4. Se fomentará (incentivará) e se facilitará o turismo familiar, dos jovens e dos estudantes, das pessoas da terceira idade e das portadoras de deficiências.

Artigo 8. LIBERDADE DE DESLOCAMENTO TURÍSTICO

1. De acordo com o direito internacional e as leis nacionais, os turistas e visitantes se beneficiarão da liberdade de circular de um país a outro, de acordo com o artigo 13 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, e poderão ter acesso as zonas de trânsito e zona rural, assim como aos sítios turísticos e culturais, sem formalidades exageradas e nem discriminações.
2. Se reconhece aos turistas e visitantes a permissão de utilizar todos os meios de comunicação disponíveis, interiores e exteriores. Eles se beneficiarão de um acesso rápido e fácil aos serviços administrativos, judiciais e sanitários locais, e poderão entrar livremente em contato com as autoridades do país do qual são cidadãos, conforme os convênios diplomáticos vigentes.
3. Os turistas e visitantes gozarão dos mesmos direitos que os cidadãos do país que visitam, no que diz respeito à confidencialidade dos seus dados pessoais, particularmente quando essa informação estiver cadastrada em suporte eletrônico.
4. Os procedimentos administrativos para ultrapassar as fronteiras estabelecidas pelos países ou por acordos internacionais, como os vistos e as formalidades sanitárias e aduaneiras se adaptarão para facilitar ao máximo a liberdade das viagens e o acesso da maioria das pessoas ao turismo internacional. Serão promovidos acordos entre grupos de países para harmonizar e simplificar esses procedimentos. As taxas e encargos específicos que penalizam o setor turístico e diminuem sua competitividade, serão eliminados e corrigidos progressivamente.

5. Sempre que a situação econômica dos países de origem dos viajantes permita, estes poderão dispor das concessões de divisas convertidas que necessitarem para seu deslocamento.

Artigo 9. DIREITO DOS TRABALHADORES E DOS EMPRESÁRIOS DO SETOR TURÍSTICO

1. Sob a supervisão das administrações de seus países de origem e dos países de destino, serão garantidos, especialmente, os direitos fundamentais dos trabalhadores assalariados e autônomos do setor turístico e das atividades afins. Também será considerada a limitação específica vinculada à sazonalidade da sua atividade, a diminuição global do seu setor e a flexibilidade que costumam impor a natureza do seu trabalho.
2. Os trabalhadores assalariados e autônomos do setor turístico e de atividades ligadas ao setor, têm o direito e o dever de adquirir uma formação inicial e contínua adequada. Terão assegurada uma proteção social suficiente, dando-lhes condições adequadas de trabalho. Será proposto um estatuto particular aos trabalhadores estáveis do setor, especialmente com respeito à seguridade social.
3. Sempre que demonstre possuir as disposições e qualificações necessárias, se reconhecerá a toda pessoa física e jurídica o direito a exercer uma atividade profissional no âmbito do turismo, de acordo com a legislação nacional vigente. Aos empresários e investidores, especialmente das médias e pequenas empresas, será reconhecido o livre acesso ao setor turístico com um mínimo de restrições legais e administrativas.
4. As trocas de experiências que se oferecem aos dirigentes do setor e outros trabalhadores de distintos países, sejam assalariados ou não, contribuem para a expansão do setor turístico mundial. Por esse motivo, as trocas em tudo que for possível, serão facilitadas, segundo as legislações nacionais e convenções internacionais aplicáveis.
5. As empresas multinacionais do setor turístico, fator insubstituível de solidariedade no desenvolvimento e dinamismo nos intercâmbios internacionais, não abusarão da posição dominante que podem ocupar. Evitarão converter-se em transmissoras de modelos culturais e sociais que se imponha artificialmente às comunidades receptoras. Em troca da liberdade de inversão e operação comercial que se deve reconhecer plenamente, haverão de comprometer-se com o desenvolvimento local evitando uma repatriação excessiva de seus benefícios ou a indução de importações que podem reduzir a contribuição das economias onde estão estabelecidas.

6. A colaboração e o estabelecimento de relações equilibradas entre empresas de países emissores e receptores contribuem para o desenvolvimento sustentável do turismo e a uma divisão equilibrada dos benefícios de seu crescimento.

Artigo 10. APLICAÇÃO DOS PRINCÍPIOS DO CÓDIGO DE ÉTICA MUNDIAL PARA O TURISMO

1. Os agentes públicos e privados do desenvolvimento turístico cooperarão na aplicação dos presentes princípios e controlarão sua prática efetiva.
2. Os agentes de desenvolvimento turístico reconhecerão o papel das organizações internacionais, em primeiro lugar a Organização Mundial do Turismo e as organizações não governamentais competentes nos campos da promoção e do desenvolvimento do turismo, da proteção dos direitos humanos, do meio ambiente e da saúde, segundo os princípios gerais do direito internacional.
3. Os mesmos agentes manifestam sua intenção de submeter os litígios relativos à aplicação ou a interpretação do Código de Ética Mundial para o Turismo a um terceiro órgão imparcial, denominado Comitê de Ética do Turismo, para fins de conciliação.

Glossário

Assoreamento – é o acúmulo de sedimentos pelo depósito de terra, areia, argila, detritos etc., na calha de um rio, na sua foz, em uma baía, um lago etc., consequência direta de enchentes pluviais, devido ao mau uso do solo e da degradação da bacia hidrográfica, causada por desmatamentos, monoculturas, garimpos predatórios, construções etc.

Atrativos turísticos – locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. Os atrativos turísticos podem ser naturais; culturais; atividades econômicas; eventos programados e realizações técnicas, científicas e artísticas.

Capacidade de suporte – o nível ótimo (máximo aceitável) de uso que uma área pode receber com alto nível de satisfação para os usuários (turistas, visitantes) e mínimos efeitos negativos sobre os recursos.

Conta Satélite do Turismo (CST) – instrumento desenvolvido pela Organização das Nações Unidas e Organização Mundial do Turismo (OMT) para medir o impacto efetivo do turismo nas economias mundiais, é indispensável para que governos definam políticas e estratégias para o setor.

Déficit – resultado de uma conta em que as despesas são sempre maiores que as receitas. Ou seja, sai mais dinheiro que entra. Quando há esse desequilíbrio nas contas públicas, dizemos que há um *déficit* público. Esse, pode ser *déficit* (público) primário - que não inclui gastos com juros das dívidas interna e externa - ou nominal - que leva em conta as despesas com juros das duas dívidas.

Demanda – nome dado às necessidades ou desejo de consumo, individual ou coletivo, de bens e serviços. A relação entre oferta e demanda é um dos fatores determinantes de preços no mercado. Se a oferta for maior que a demanda, por exemplo, o preço tende a cair. Já, se a oferta não der conta da demanda, o preço tende a aumentar. Procura por bens e serviços.

Demanda turística – quantidade de bens e serviços consumidos em um dado período, em determinado local, e por um determinado número de turistas.

Destino turístico – local, cidade, região ou país para onde se movimentam os fluxos turísticos.

Erosão – é o desgaste ou arrastamento da superfície da Terra pela ação mecânica e química da água corrente, vento, gelo, intemperismo, transporte ou outros agentes geológicos.

Fluxo turístico – todo e qualquer deslocamento de um conjunto de turistas que se movimenta de uma direção a outra, unidirecionalmente, num contexto espaço-temporal delimitado, com um ponto comum de emissão e um ou vários pontos de recepção.

Infra-estrutura turística – é todo o conjunto formado por obras e instalações de estrutura física e de serviços, indispensáveis ao desenvolvimento do turismo e existentes em função dele.

Instância de Governança Regional – organização representativa dos poderes público e privado, da sociedade e dos municípios componentes das regiões turísticas, com o papel de coordenar, acompanhar e gerir o processo de regionalização do turismo na região turística. Pode ser um Conselho, um Fórum, uma Associação, um Comitê etc.

Marketing – conjunto de técnicas utilizadas para a comercialização e distribuição de um produto entre diferentes consumidores.

Oferta turística – conjunto de atrativos turísticos, serviços e equipamentos e toda a infra-estrutura de apoio ao turismo de um determinado destino turístico, utilizado em atividades designadas turísticas.

Patrimônio – são bens de natureza material e imaterial que expressam ou revelam a memória e a identidade das populações e comunidades. São bens culturais, de valor histórico, artístico, científico, simbólico, passíveis de atração turística: arquivos, edificações, conjuntos urbanísticos, sítios arqueológicos, ruínas; museus e outros espaços destinados à apresentação ou contemplação de bens materiais e imateriais; manifestações, como música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas e outras. Os eventos culturais englobam as manifestações temporárias, enquadradas ou não na definição de patrimônio. Incluem-se nesta categoria os eventos religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, gastronômicos, exposições de arte, de artesanato e outros.

Produto turístico – conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, acrescido de facilidades, ofertado de forma organizada por um determinado

preço. Rotas, roteiros e destinos turísticos podem se constituir em produtos turísticos, por exemplo.

Região turística – é o espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território demilitado para fins de planejamento e gestão. Assim, a integração de municípios de um ou mais estados, ou de um ou mais países, pode constituir uma região turística.

Roteiro turístico – é o itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística.

Segmentação turística – é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características da demanda.

Serviços e equipamentos turísticos – conjunto de serviços, edificações e instalações indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística e que existem em função desta. Compreendem os serviços e os equipamentos de hospedagem, alimentação, agenciamento, transporte, para eventos, de lazer etc.

Superávit – resultado de uma conta em que as receitas são sempre maiores que as despesas. Ou seja, entra mais dinheiro que sai. Quando há uma arrecadação maior que as despesas nas contas públicas, dizemos que há um *superávit* público.

Tecnologias ambientalmente saudáveis – aquelas que não degradam o meio ambiente e que utilizam de maneira sustentável os recursos naturais. Como exemplos pode-se citar sistemas para a utilização da energia solar e da energia eólica (dos ventos), equipamentos para a reutilização da água servida, para a captação de águas pluviais, entre outros.

Unidade de Conservação – espaço territorial e seus recursos ambientais, incluindo as águas jurisdicionais, com características naturais relevantes, legalmente instituído pelo Poder Público, com objetivos de conservação e limites definidos, sob regime especial de administração, ao qual se aplicam garantias adequadas de proteção. (LEI No 9.985, DE 18 DE JULHO DE 2000)



Ministério do
Turismo

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA