



Fundação

CECIERJ

Consórcio **cederj**

Centro de Educação Superior a Distância do Estado do Rio de Janeiro

Volume 2

Projetos Turísticos

Maria Jaqueline Elicher

Telma Bassetti Santos

Caroline Castro



**GOVERNO DO
Rio de Janeiro**

**SECRETARIA DE CIÊNCIA,
TECNOLOGIA, INOVAÇÃO E
DESENVOLVIMENTO SOCIAL**

**UNIVERSIDADE
ABERTA DO BRASIL**

**MINISTÉRIO DA
EDUCAÇÃO**



Apoio:



Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo
à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro

Fundação Cecierj / Consórcio Cederj

www.cederj.edu.br

Presidente

Carlos Eduardo Bielschowsky

Vice-presidente

Marilvia Dansa de Alencar

Coordenação do Curso de Turismo

UFRRJ – Maria Lúcia Almeida Martins

UNIRIO – Maria Amália Silva Alves de Oliveira

CEFET – Claudia Fragelli (tecnólogo)

Material Didático

ELABORAÇÃO DE CONTEÚDO

Maria Jaqueline Elicher

Telma Bassetti Santos

Caroline Castro

DIREÇÃO DE DESIGN INSTRUCIONAL

Cristine Costa Barreto

COORDENAÇÃO DE DESIGN INSTRUCIONAL

Bruno José Peixoto

Flávia Busnardo da Cunha

Paulo Vasques de Miranda

DESIGN INSTRUCIONAL

Anna Maria Osborne

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO

Fábio Rapello Alencar

ASSISTENTE DE PRODUÇÃO

Bianca Giacomelli

REVISÃO LINGUÍSTICA E TIPOGRÁFICA

Anna Maria Osborne

Beatriz Fontes

Lícia Matos

Mariana Caser

Yana Gonzaga

PROGRAMAÇÃO VISUAL

Alexandre d'Oliveira

Fernanda Novaes

ILUSTRAÇÃO

Fernando Romeiro

CAPA

Fernando Romeiro

PRODUÇÃO GRÁFICA

Ulisses Schnaider

Copyright © 2016, Fundação Cecierj / Consórcio Cederj

Nenhuma parte deste material poderá ser reproduzida, transmitida e/ou gravada, por qualquer meio eletrônico, mecânico, por fotocópia e outros, sem a prévia autorização, por escrito, da Fundação.

E42p

Eliche, Maria Jaqueline.

Projetos Turísticos. Volume 2 / Maria Jaqueline Elicher, Telma Bassetti Santos, Caroline Santos. – Rio de Janeiro : Fundação Cecierj, 2016.

154 p.; 19 x 26,5 cm.

ISBN: 978-85-458-0083-5

1. Turismo. 2. Gerenciamento de projetos. Políticas públicas. 3. Impacto socioespacial. 4. Ecoturismo. 5. Agroturismo. I. Santos, Telma Bassetti. II. Castro, Caroline. 1. Título.

CDD: 338.4791

Referências bibliográficas e catalogação na fonte, de acordo com as normas da ABNT.
Texto revisado segundo o novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa.

Governo do Estado do Rio de Janeiro

Governador

Luiz Fernando de Souza Pezão

Secretário de Estado de Ciência, Tecnologia, Inovação e Desenvolvimento Social

Gabriell Carvalho Neves Franco dos Santos

Universidades Consorciadas

CEFET/RJ - CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA

Diretor-geral: Carlos Henrique Figueiredo Alves

FAETEC - FUNDAÇÃO DE APOIO À ESCOLA TÉCNICA

Presidente: Alexandre Sérgio Alves Vieira

IFF - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FLUMINENSE

Reitor: Jefferson Manhães de Azevedo

UENF - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE FLUMINENSE DARCY RIBEIRO

Reitor: Luis César Passoni

UERJ - UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Reitor: Ruy Garcia Marques

UFF - UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

Reitor: Sidney Luiz de Matos Mello

UFRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Reitor: Roberto Leher

UFRRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO

Reitor: Ricardo Luiz Louro Berbara

UNIRIO - UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Reitor: Luiz Pedro San Gil Jutuca

SUMÁRIO

Aula 8 – Gerenciamento de Projetos: estratégias para a excelência de projetos _____	7
<i>Caroline Castro</i>	
Aula 9 – Aspectos ideológicos das políticas públicas nos projetos turísticos _____	29
<i>Maria Jaqueline Elicher</i> <i>Telma Bassetti Santos</i>	
Aula 10 – A Política Nacional de Turismo e o ordenamento do território _____	43
<i>Maria Jaqueline Elicher</i> <i>Telma Bassetti Santos</i>	
Aula 11 – Políticas públicas de turismo para o desenvolvimento: alguns exemplos _____	61
<i>Maria Jaqueline Elicher</i> <i>Telma Bassetti Santos</i>	
Aula 12 – Impactos socioespaciais do turismo: o fenômeno da gentrificação _____	79
<i>Maria Jaqueline Elicher</i> <i>Telma Bassetti Santos</i>	
Aula 13 – Ecoturismo como atividade alternativa ao turismo de massa: o exemplo do Parque da Catacumba - RJ _____	99
<i>Maria Jaqueline Elicher</i> <i>Telma Bassetti Santos</i>	
Aula 14 – Agroturismo como aporte ao desenvolvimento no espaço rural _____	123
<i>Maria Jaqueline Elicher</i> <i>Telma Bassetti Santos</i>	
Referências _____	147

8

Gerenciamento de Projetos: estratégias para a excelência de projetos

Caroline Castro

Meta da aula

Trabalhar a questão da estratégia no processo de gerenciamento de projetos para sua excelência.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 elaborar um projeto estratégico;
- 2 reconhecer a ordem do planejamento de um projeto e as fases do seu ciclo de vida;
- 3 conhecer a aplicação de *Benchmarking*.

Conceituação de projeto

Nas últimas aulas da nossa disciplina, você pôde compreender e trabalhar o papel do projeto em interface com o desenvolvimento turístico local. Também discutimos o respaldo e o incentivo fornecidos por renomadas organizações e instituições mundiais e nacionais do turismo.

Além disso, também já foi apresentada a você a concepção de estrutura de um projeto e suas etapas detalhadas.

Agora, então, você terá a visualização técnica de um projeto no processo de gerenciamento, no qual ele compõe um mecanismo maior, como programas, planos e políticas cujo objetivo é aumentar a qualidade do produto ou serviço. A princípio, propomos a retomada do conceito de projeto em uma linguagem mais técnica, sob o ponto de vista de uma organização.

“(…) Para fazer a distinção entre um projeto e outras formas de planejamento é preciso considerá-lo como uma tentativa de solucionar um problema, de preencher uma necessidade”, instigando que o seu papel seja bem pontual e delimitado (Campos; Abegão; Delamaro, 2002, p.17). É uma ferramenta de transformação aplicada a uma situação-problema com a expectativa de um resultado final – solução.

Para pensar o engajamento de um projeto em uma instituição ou realidade e suas diversas dimensões, vale conhecer o conceito apresentado pelo *Project Management Institute – PMI*, principal associação mundial de gerenciamento de projetos:

Project Management Institute – PMI

É uma organização do terceiro setor, ou seja, uma fundação sem fins lucrativos que tem como objetivo difundir a proposta de gerenciamento de projetos pelo mundo. A fundação busca aumentar o desempenho dos profissionais e das organizações por meio da ética e do profissionalismo.

Um Projeto é um esforço temporário empreendido para alcançar um objetivo específico. Eles são semelhantes às operações em função de serem executados por pessoas, geralmente terem limitações de recursos e serem planejados, executados e controlados. (...) Frequentemente, os projetos representam componentes críticos da estratégia de negócio das empresas.

Fonte: <http://www.pmis.org.br>

Portanto, entendemos que um projeto é um esforço temporário, com início e fim definidos, planejado para alcançar um único resultado final: um produto ou um serviço único. É um instrumento essencial para processos de transformação ou geração de novos produtos ou serviços para organizações, realizados por pessoas dentro de um prazo pré-definido e com orçamento previamente planejado.

Orçamentos

A apresentação prévia de um orçamento para a mensuração dos recursos financeiros necessários é fundamental para que um projeto seja selecionado e aprovado por uma empresa ou por entidades de financiamento.

No entanto, as variáveis de tempo, custo e recursos impõem restrições ao planejamento de um projeto e caracterizam sua vulnerabilidade e incerteza. Nesse sentido, três situações diferentes podem implicar o término de um projeto:

- quando os objetivos traçados já tiverem sido alcançados;
- quando já não for mais necessário para a organização alcançar seu resultado final;
- quando se diagnosticar que já não é mais possível alcançar o resultado final.

O Instituto ECOAR aborda, no Manual de Elaboração de Projetos Socioambientais para a Secretaria do Meio Ambiente de São Paulo (2005, p.07), a complexidade de um projeto e identifica diferentes vertentes com as quais este pode trabalhar:

Projeto é um empreendimento detalhado e planejado com clareza, organizado em um conjunto de atividades contínuas e interligadas a serem implantadas, voltadas a um objetivo de caráter ambiental, educativo, social, cultural, científico e/ou tecnológico. O projeto considera os mesmos elementos do programa, mas se acha em nível maior de especificidade, com prazo, verba e equipe bem definidos.

É dessa maneira que se propõe a relação com o planejamento estratégico em uma visão mais ampla da realidade ou contexto no qual o projeto é definido. Vamos conhecer melhor essa relação na seção “Para que falar de projeto estratégico?”



Em resumo, a tabela a seguir reúne as características técnicas principais de um projeto.

Características de um projeto

Projeto	Individualidade: resultado final único
	Temporalidade: início e fim definidos
	Complexidade: diversos atores e variáveis envolvidos
	Incerteza: possibilidade de não alcançar os objetivos

Fonte: Interpretação do texto de Cleber Baptistel aplicado ao curso de Gerenciamento de Projetos da instituição *Mais E-duc*. Brasília: 2012.

Para que falar de projeto estratégico?



Figura 8.1: Para traçar estratégias, devemos ter uma visão direcionada ao nosso objetivo.

Fonte: <http://www.sxc.hu/browse.phtml?f=download&id=957450>

O fundamental sobre este assunto é que vocês percebam a importância de uma visão direcionada para o desenvolvimento da ferramenta de ação “projeto”.

O projeto estratégico é definido pelas estratégias traçadas para guiar o desenvolvimento de um programa, empresa, ambiente etc., como ilustra a definição do Superior Tribunal de Justiça:

A Instrução Normativa n.º 6, de 18 de Julho de 2007, institui o Manual de Gestão de Projetos do STJ, (...) e diferencia o projeto estratégico: Parágrafo único. São considerados projetos estratégicos aqueles selecionados pela alta direção e alinhados à missão do Tribunal, que contribuem diretamente para o alcance das metas corporativas.

Fonte: http://www.stj.gov.br/portal_stj/publicacao/download.wsp?tmp.arquivo=662

Em outras palavras, o projeto estratégico se define da estratégia ao nível mais alto de uma organização (nível estratégico de planejamento), sendo este composto, em geral, pela diretoria ou presidência e responsável por definir a política organizacional ou o plano de negócios de uma empresa.

Ele pode, ainda, ser entendido como um plano detalhado feito antecipadamente, no qual deve aparecer um conjunto de decisões tomadas previamente que dizem respeito ao que deve ser feito em longo prazo.

É durante o processo de realização do plano estratégico que são analisadas e exploradas todas as condições possíveis para atingir os objetivos desejados e são delineadas as futuras ações – programas e projetos. Sua ideia principal é atender aos interesses de todos os **stakeholders**, oferecer-lhes trocas mútuas pelas ações, assim como atender aos objetivos da empresa, cidade ou do ambiente onde as ações mais pontuais forem aplicadas.

Alguns exemplos de estratégias são ilustradas na **Tabela 8.1:**

Stakeholders

Partes interessadas; são os atores sociais que participam efetivamente de processos de tomada de decisões. Reveja a Aula 7. Nela, este conceito foi definido e aprofundado no conceito de elaboração de projetos.

Tabela 8.1: Exemplo de estratégias para projetos turísticos

Projeto turístico	Objetivo geral do projeto turístico	Estratégias	(Macro) Programa do Ministério do Turismo
Projeto A	Desenvolver o segmento de turismo náutico em uma cidade litorânea.	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar condições e impactos ambientais para criação de marinas; • Analisar infraestrutura necessária para a realização de competições de turismo náutico nos balneários locais. 	Programa de estruturação dos segmentos turísticos
Projeto B	Implementação de sistema de hospedagem domiciliar em comunidade pesqueira artesanal.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar os empreendedores locais; • Analisar potencialidades na comunidade a serem desenvolvidas para atrair o público alvo. 	Macroprograma de fomento à iniciativa privada
Projeto C	Criação de associação para capacitação de condutores locais de visitação de localidade turística.	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar as potencialidades de oferta turística para visitação local; • Fazer recrutamento de jovens interessados; • Organizar a capacitação de condutores locais. 	Programa de qualificação profissional

Fonte: tabela elaborada com base nos Macroprogramas do Ministério do Turismo (2012).



Você pode conhecer as propostas de todos os Macroprogramas e os respectivos programas do Ministério do Turismo no *site*: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes.



Macroprogramas são conjuntos de programas que se complementam como forma de organizar e reunir estratégias obedecendo às orientações do Plano Nacional do Turismo. O PNT está disponível no *site*: http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/plano_nacional/.

São estratégias, tais como os exemplos da **Tabela 8.1**, que nortearão o planejamento e a elaboração de um projeto turístico. Elas precisam ser elaboradas a partir de um estudo do ambiente e da realidade local e apoiadas pelos programas e políticas de turismo em um âmbito mais amplo.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

Você, futuro turismólogo, é estagiário de uma grande rede hoteleira de sua região. Em época de baixa temporada, seu chefe deseja criar um projeto que atraia mais visitantes para a área onde o hotel em que trabalha está localizado. O hotel localiza-se em uma área comercial e turística e tem, como política, prestar serviço de qualidade e aumentar o tempo de permanência do hóspede, ao máximo, em seu estabelecimento.

Sua ideia inicial, então, é organizar uma rodada de negócios em um ramo de sua escolha.



Fonte: <http://www.sxc.hu/browse.phtml?f=download&id=113128>

Assim, seu chefe pediu que você listasse duas ou mais situações-problema que identificasse na região para a implementação desse projeto. Após essa etapa, pense em como você pode resolver, pelo menos, uma dessas situações e contribuir para este projeto estratégico.

Agora, é com você! Aponte as situações que você encontrou e a solução para contorná-las e fazer o projeto da sua empresa prosperar:

Resposta Comentada

Uma das situações-problema poderia ser a ausência de uma equipe para a organização do evento no hotel. Outra situação poderia ser a falta de contatos para o banco de dados de convite para a rodada de negócios, ou ainda, a insuficiência do espaço físico para tal evento. Uma estratégia que poderia solucionar tais problemas seria tentar parceria com um órgão focado em empreendedorismo e/ou negócios que, além de possuir o know-how para a organização do evento, tem também os contatos para hóspedes em potencial a serem

convidados e se inscreverem para participar do evento. Além disso, o problema do espaço poderia ser resolvido se esta empresa facilitasse o contato com um fornecedor de um espaço alternativo, fazendo parceria com o hotel. Assim, todos os stakeholders poderiam sair ganhando com o evento.

Assim, você começou a conhecer a forma de se planejar um projeto estratégico. Agora, vamos avançar e conhecer o processo de planejamento de forma mais técnica.

Etapas do planejamento de um projeto

Partindo-se de uma realidade para a implementação de um projeto, é necessário que se identifique e delimite uma situação-problema, ou seja, a **problemática** que guiará a formulação dos objetivos do projeto. Foi o que você fez, de maneira simplificada, na Atividade 1. Agora vamos conhecer de maneira mais técnica este processo.

Problemática

Termo conferido a uma situação que necessita de uma solução ou que possa ser estudada como objeto para se alcançar uma melhoria. É muito usada no meio acadêmico em relação aos trabalhos de conclusão de curso, por exemplo: é necessário focar o trabalho em uma problemática a ser abordada.

Uma síntese do planejamento de um projeto é apresentada por Campos, Abegão & Delamaro (2002, p.19) e segue estes passos:

- a) diagnóstico: identificar um problema, uma carência, uma situação percebida como deficiente;
- b) solução: pensar em como resolver o problema ou carência e nas ações que poderiam contribuir para mudar essa situação;
- c) planejamento: programar, em detalhes, o que vai ser feito, o que se espera que aconteça como resultado de nossa ação e o que se necessita agenciar e disponibilizar.

Como primeira etapa, deve-se priorizar a situação-problema a ser transformada por meio de organização de informações disponíveis, reuniões com interessados e caracterização do problema nos pontos de vista de todos os *stakeholders*. A partir daí, as alternativas de soluções imaginadas devem ser analisadas por sua viabilidade e comparadas, para que se escolha a melhor. Escolhida uma solução, parte-se para a programação das ações, de modo a assegurar sua realização.

A partir daí, entramos em um esquema do início ao fim de um projeto que compreende grupos de processos, que estão ligados ao ciclo de vida do projeto, ou seja, o caminho percorrido pelo projeto desde sua implementação até seu encerramento. Vamos entender melhor?

Ciclo de vida do projeto

Para melhor monitoramento do seu desempenho, o projeto é dividido em fases que compõem o chamado Ciclo de vida do projeto.

Qualquer projeto passa obrigatoriamente por essas fases, apresentando vantagens para que os envolvidos possam acompanhar sua evolução: por exemplo, pode-se identificar o que foi ou não realizado, como está evoluindo ou em que etapa se encontra.

Como afirmamos no início da aula sobre as características de um projeto, ele é temporário e tem definidos seu início e seu fim. Nesse sentido, as fases que indicam o ciclo de vida de um projeto são quatro:

- a) iniciação: é o momento da identificação do problema, definição dos objetivos, programação das atividades e confecção da proposta técnica do projeto;
- b) planejamento: uma vez decidido que o projeto vai ser realizado, é hora de organizar a equipe executora e mobilizar os meios necessários para executá-lo;
- c) execução: é o período no qual as atividades previstas são realizadas e acompanhadas, de acordo com o planejamento. É necessário ter habilidade para lidar com imprevistos e mudanças em relação à programação;
- d) encerramento: ao término do projeto, é preciso analisar seus resultados e impactos, comparando-se o que se pretendia originalmente com o realmente alcançado. O projeto será julgado um sucesso somente se atingir os objetivos dos *stakeholders*.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

Agora, vamos aplicar essas informações para fixar o conteúdo técnico abordado até então. Assinale a alternativa correta nas questões a seguir:

1. É um fator que evidencia o fracasso dos projetos:
 - (a) custos e prazos alterados durante o projeto;
 - (b) não atendimento dos interesses dos *stakeholders*;
 - (c) resultados obtidos dentro do prazo.

2. A ordem lógica das etapas para o planejamento de um projeto seria:
 - (a) diagnóstico, ação, organização;
 - (b) planejamento, diagnóstico, solução;
 - (c) diagnóstico, solução, planejamento.

3. As fases que compõem o Ciclo de vida do projeto são:
 - (a) iniciação, controle e monitoramento, planejamento, execução e encerramento;
 - (b) iniciação, planejamento, execução, encerramento;
 - (c) iniciação, execução, planejamento, encerramento.

Resposta Comentada

1) b. *Um projeto – seja ele turístico ou não – que não leva em consideração os interesses e necessidades dos atores sociais envolvidos, sejam eles funcionários de uma empresa privada, moradores de um local de visitação turística ou associações em geral não consegue nenhum objetivo comprometido, pois pode não receber apoio ou recursos, gerar conflitos entre os participantes e, ainda, ser interrompido, dependendo da situação e do contexto de sua realização. No entanto, um projeto pode (e é natural que se faça) alterar seus prazos ou metodologias adaptando a realidade com a qual lida ou em que se insere. As adaptações fazem parte do processo de realização de um projeto e devem ser consideradas em sua etapa de planejamento.*

2) c. *Para se planejar qualquer projeto, é necessário que exista uma razão, uma motivação ou uma justificativa para isso.*

E a justificativa, em parte, está em uma problemática que seja identificada seguida de uma solução a ser proposta. Somente depois da identificação desses fatores é que se torna possível planejar a forma de ação, ou seja, uma metodologia para sua realização.

3) b. Como foi explicado sobre o ciclo de vida de um projeto, existem quatro etapas definidas, em ordem: iniciação, na qual identifica-se o problema e é confeccionada a proposta técnica do projeto; planejamento, que segue a proposta técnica inicial, organizando uma equipe e mobilizando recursos para sua execução; execução, que é o período no qual são realizadas as atividades programadas de acordo com o planejamento feito na etapa anterior; e, por último, encerramento, na qual o projeto é analisado em relação ao alcance dos objetivos da proposta técnica elaborada na etapa inicial, no que diz respeito a seus resultados e impactos.

Gerenciamento de projetos

A partir do ciclo de vida pode-se gerenciar o projeto desenvolvido. Você já ouviu falar em gerenciamento de projetos?

O Gerenciamento de Projetos – GP – é entendido como um conjunto de habilidades, ferramentas e técnicas aplicadas a fim de aumentar a produtividade dos projetos (PMI, 2012).

O PMI – *Project Management Institute* – é uma associação mundial sem fins lucrativos, dedicada ao estudo e divulgação das melhores práticas no gerenciamento de projetos. O objetivo é promover o desenvolvimento e a capacitação de profissionais, em todo o mundo, que escolheram atuar nessa área. Atualmente, contabiliza mais de 500.000 associados em 185 países.

O GP é aplicado através da integração de diversos processos de gerenciamento desenvolvidos pelo PMI a serem aplicados durante a realização de um projeto.

São cinco os grupos de processos:

1. grupo de iniciação;
2. grupo de planejamento;
3. grupo de execução;

4. grupo de encerramento – correspondente às fases como as do ciclo de vida do projeto;
5. grupo de monitoramento e controle - grupo diferenciado de processos, aplicado em paralelo a todas as outras fases.

O gerente de projetos

O gerente de projetos é o responsável pelo projeto. É ele quem acompanha o desempenho de todas as fases do projeto, assim como o uso de recursos e o prazo. Além disso, motiva e dá suporte à equipe, e monitora se os objetivos planejados estão sendo atingidos. Ele ainda promove a articulação entre os atores sociais envolvidos – os *stakeholders* – para o desenvolvimento do projeto de acordo com os resultados esperados. É uma peça importante para guiar o desenvolvimento do projeto e, por isso, precisa ter disposição e habilidade para lidar com conflitos de interesses entre os *stakeholders* e com os imprevistos ocorridos ao longo do projeto.



Figura 8.2: O gerente de projetos é o responsável no mundo dos projetos.

Fonte: <http://www.sxc.hu/browse.phtml?f=download&id=1032306>

Vamos conhecer um processo de destaque no gerenciamento de projetos com o qual o gerente pode trabalhar para aumentar o desempenho de seu(s) projeto(s) em uma organização.

Benchmarking

Benchmarking é uma ferramenta de análise e otimização da realidade empresarial. É aplicada com o objetivo de aperfeiçoar o desempenho de um negócio por meio do estímulo à competitividade pela comparação de uma organização em relação a outras no mundo inteiro, a fim de definir sua posição competitiva.

Existem diferentes formas de se aplicar o *benchmarking*:

- a) *Benchmarking* interno: atividades ou processos realizados em unidades internas da organização são analisados e comparados para que as melhores práticas observadas sejam aplicadas também em todas as outras unidades da mesma organização. Exemplo: comparar o processo de vendas entre hotéis da mesma rede.
- b) *Benchmarking* competitivo: produtos, serviços ou processos próprios de várias organizações concorrentes no mesmo segmento são comparados a fim de identificar os de melhor resultado. Exemplo: comparar o processo de vendas de operadoras de turismo concorrentes.
- c) *Benchmarking* genérico: processos similares entre organizações concorrentes ou não concorrentes são comparados com a intenção de identificar as melhores práticas de gestão. Exemplo: comparar o processo de vendas de uma companhia aérea com o de um hotel de uma grande empresa hoteleira.

Em todas as formas possíveis para aplicação da ferramenta *benchmarking* é preciso eleger, primeiramente, os referenciais de excelência – chamados *benchmark* – e realizar as devidas comparações com eles – aí sim, usando o termo *benchmarking*. Um bom estudo de *benchmarking* pode contribuir significativamente para o aperfeiçoamento da gestão de uma organização em questões relacionadas às suas estratégias, ao desenvolvimento e ao aprimoramento do gerenciamento de projetos. Os resultados,

em geral, são a redução de prazos e custos e a melhoria de processos e práticas.



Figura 8.3: Anote os resultados de um *benchmark*, pois eles são importantes para sua melhoria.

Fonte: <http://www.freeimages.com/photo/1390006>

Projeto de *benchmarking* em turismo

Nesta seção, especificamente, apresentamos um exemplo de projeto em *benchmarking* na área de turismo, realizado pelo Ministério do Turismo como forma de ilustrar o uso desta ferramenta.

Ele é subdividido nos projetos Vivências Brasil (versão nacional) e Excelência em Turismo (versão internacional) e seleciona, preferencialmente, micro e pequenos empresários, como operadores de turismo receptivo e os do setor de hospedagem.

Na primeira etapa do projeto, os empresários selecionados passam por capacitação para conhecer conceitos e práticas de *benchmarking*, tornando-se preparados para buscar inovação e aprimoramento dos serviços e produtos turísticos que suas empresas oferecem.

A segunda etapa é a prática de viagens técnicas a destinos de referência em serviços turísticos para análise dos produtos e serviços oferecidos a partir de uma metodologia específica adotada pelo MTUR, que inclui: visitas aos empreendimentos turísticos, coleta de dados das boas e melhores práticas, reuniões e elaboração de um plano de ação para seus próprios empreendimentos.

A terceira e última etapa refere-se à implementação do plano de ação das melhores práticas nas micro e pequenas empresas e suas multiplicações, ou seja, palestras e oficinas oferecidas pelos participantes do projeto em municípios do país com o objetivo de disseminar o conhecimento das práticas observadas.



Você pode acessar o *site* do Ministério do Turismo e ficar por dentro de mais detalhes sobre esse projeto. De repente, você se anima a criar seu próprio negócio em turismo e já sabe como se informar para se manter competitivo no mercado!

Acesse o *site* e informe-se mais sobre as técnicas trabalhadas pelo MTUR:

http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/qualificacao_equipamentos/Benchmarking_Turismo.html

Considerações finais

Ao compreender-se o porquê de incentivar projetos e qual seu papel em um processo de planejamento, pode-se conhecer suas técnicas de gerenciamento.

O alinhamento das estratégias de um projeto à estratégia da organização que o planeja é fundamental para o sucesso dele.

O conhecimento técnico de gerenciamento de projetos caracteriza-se por ser um importante diferencial a quem deseja trabalhar com eles ou buscar financiamento para um projeto próprio. Um exemplo de ferramenta bem conhecida e eficiente,

que vimos aqui na aula, é o *benchmarking*, um estudo que lida justamente com a observação, em diversas empresas, de melhores práticas a serem adaptadas e aplicadas à própria organização que o realiza. É a busca pelo aperfeiçoamento da qualidade do serviço ou do produto resultantes de um projeto.

E você já parou para pensar no momento que vive o turismo no Brasil? Um turismólogo, enquanto profissional que se propõe a trabalhar com projetos com a atividade ou com a educação turística, pode ter muita abertura e oportunidades na área de financiamentos de projeto.

Tais oportunidades se destacam principalmente neste momento tão favorável ao aperfeiçoamento do marketing turístico, para o desenvolvimento da atividade no país e, principalmente, na cidade do Rio de Janeiro, que vive um momento ímpar devido aos megaeventos esportivos captados nesta década.



Artigos na internet



Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/98413> - Bartłomiej Stroinski

Na aula, você pôde ler um pequeno trecho de dois artigos muito interessantes sobre projetos. Está curioso para conhecê-los integralmente?

Basta se conectar à internet e acessar:

Instituto ECOAR. Disponível em: http://www.ecoar.org.br/web/files/files/Manual_para_Elaboracao_Administracao_e_Avaliacao_de_Projetos_Socioambientais.pdf

Project Management Institute. Disponível em: <http://www.pmisp.org.br/institucional/pmi/gerenciamento-de-projetos>



Atividade Final

Atende aos Objetivos 1, 2 e 3

Você trabalha em uma empresa de turismo e é convidado para ser gerente de um projeto. A empresa é um hotel fazenda que desenvolve produtos turísticos específicos para o público alvo intitulado “ecoturista”.

O seu chefe solicita que você desenvolva e gerencie um projeto que vise aumentar a qualidade dos serviços turísticos oferecidos

pelo hotel fazenda em relação a outros hotéis de mesma classificação em outros destinos de ecoturismo no mundo. Mas, para isso, você precisa levantar informações relevantes para sua pesquisa e dar início ao seu projeto.

Então, vamos começar! Nesta atividade final, aplique seus conhecimentos a partir da nossa aula, elaborando os seguintes tópicos (apenas um esboço da proposta de um projeto):

- a) Determine os objetivos específicos do seu projeto.
- b) Faça uma pesquisa na internet e relacione, ao menos, as missões de três outras empresas no mundo que trabalhem com o mesmo segmento que a empresa na qual você trabalha.
- c) Trace uma estratégia do seu projeto, alinhada à estratégia da empresa, para tornar o seu hotel fazenda mais atrativo na competitividade de mercado em relação aos serviços oferecidos pelos outros.

Lembre-se: a estratégia da operadora é aumentar a qualidade da experiência do turista por intermédio do máximo de informações sobre o ecoturismo.

Resposta Comentada

a) *O objetivo do seu projeto pode ser: promover a reformulação da oferta de serviços turísticos na propriedade do hotel fazenda e/ou arredores ao proporcionar visitas, por exemplo, visando ao maior contato com a população e cultura locais (festas típicas, gastronomia e atividades do dia a dia de comunidades); fechar negócio com fornecedores (agências e guias locais) ambientalmente responsáveis e economicamente justos, ou seja, que gerem emprego e renda para a localidade que ofereça serviços de visitas guiadas; conscientizar o turista para uma relação mais saudável com o ambiente visitado, no que diz respeito ao uso racional de recursos naturais; gerir serviços de limpeza e manutenção do hotel, reduzindo a poluição e o desperdício dos recursos naturais etc.*

b) *A pesquisa pode ser feita pela internet e visa ao seu contato com estratégias de outros hotéis fazenda no mundo. Você poderia fazer também uma pesquisa de campo nesses tipos de hotéis, por exemplo,*

de toda a região turística na qual está inserido o hotel fazenda em que trabalha. Por meio de entrevistas e vivências, é possível analisar os serviços de hospedagem e passeios oferecidos e, ainda, reunir as principais vantagens e iniciativas mais interessantes na área do ponto de vista de qualidade de serviços a favor do seu público-alvo.

c) A estratégia a ser elaborada deve estar alinhada àquela referida na questão, prezando também pela experiência do ecoturista. Uma opção seria a elaboração de novos serviços ou produtos turísticos que superem as expectativas do hóspede “ecoturista”, reúnam atrativos adaptáveis à realidade do hotel e sejam, ao mesmo tempo, mais rentáveis e menos impactantes ao meio ambiente. Seguindo o exemplo dado nesta questão, poderiam ser organizados: passeios com guias especializados em ecoturismo, eventos como feiras de meio ambiente ou festivais gastronômicos, oficinas de artesanato local para os hóspedes, horta orgânica para sustento do próprio hotel fazenda, treinamentos dos funcionários em relação à conscientização e ao melhor uso de produtos de limpeza e alimentos e bebidas etc.

Resumo

- Um projeto possui como características: ser um produto ou serviço único, ser temporário – ter início e fim definidos, ser executado por pessoas e possuir restrições de tempo, custo e recursos.
- Projeto estratégico é aquele alinhado às estratégias da organização.
- O ciclo de vida de um projeto é composto de quatro fases: iniciação, planejamento, execução e encerramento.
- Gerenciamento de projetos: inclui os processos reunidos nas quatro fases correspondentes ao ciclo de vida do projeto, e aqueles de monitoramento e controle aplicados a todas as outras fases.
- O gerente de projeto é o responsável pelo desempenho de um projeto. Monitora e controla variáveis como tempo, custo e recursos, além de promover a articulação entre sua equipe e os *stakeholders*.
- *Benchmarking* é um processo desenvolvido para identificar diferenciais de outras empresas ou projetos a fim de aperfeiçoar o seu projeto ou produto. Está relacionado ao posicionamento de uma empresa ou projeto diante da competitividade de mercado.



Aspectos ideológicos das políticas públicas nos projetos turísticos

*Maria Jaqueline Elicher
Telma Bassetti Santos*

Metas da aula

Apresentar o que é ideologia e indicar como ela está inserida nas políticas públicas e nos projetos turísticos, cujos objetivos estão direcionados ao desenvolvimento de lugares a partir do turismo.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 reconhecer o que seja ideologia;
- 2 reconhecer os aspectos ideológicos nas políticas públicas e nos projetos turísticos, relacionados ao desenvolvimento de lugares a partir do turismo.

Introdução

Esta é uma aula importante sobre o papel das ideologias nas políticas públicas, e, mais especificamente, nos projetos turísticos que objetivam o desenvolvimento de lugares a partir da implantação do turismo como atividade econômica.

É o que veremos adiante!

Você sabe o que é ideologia?

Começaremos a definir ideologia a partir de sua negação, ou seja, a partir de como ela não é definida. Ideologia não é, somente, um conjunto de ideias definidas por uma sociedade ou relacionadas à realidade de alguma população.

Marilena Chauí, em um pequeno livro intitulado *O que é ideologia* (1981), avança sobre o tema na medida em que o considera um desdobramento de conceitos construídos na filosofia e na cultura da Grécia antiga.

A autora parte da afirmativa de Aristóteles quando afirma que só há conhecimento sobre a realidade do mundo quando há conhecimento de sua causa. É importante considerar que Aristóteles entende, como causa, aquilo que responde ou é responsável por algum aspecto da realidade social. Para a teoria dele, existem quatro tipos de causas, as quais não dependem umas das outras, mas obedecem a uma ordem hierárquica. São elas:

- a) final: considerada a mais importante, já que é entendida como sendo a finalidade de qualquer coisa;
- b) formal: baseada na natureza das coisas;
- c) material: definida por sua materialidade, aquilo que é tátil, ou seja, aquilo que a constitui como elemento material. É considerada a mais inferior das causas;
- d) motriz: assemelhada ao trabalho escravo, porque seu objetivo era apenas servir ao seu senhor.

A causa final foi considerada pelo autor como sendo a mais nobre, porque era relacionada aos senhores, os quais tinham suas vontades atendidas pelo trabalho dos outros. O desenvolvi-

mento dessa teoria permitiu às pessoas enxergar o real, ou seja, a realidade social para além daquilo que estava imediatamente posto por meio da causalidade, construindo um pensamento ideológico sobre a sociedade em que eles mesmos atuavam.

Chauí (1981) dá sequência à construção do conceito de ideologia chamando atenção para os diversos momentos em que o termo foi sendo, pouco a pouco, formado e discutido por pensadores diferentes. Assim, ela recupera Auguste Comte, sociólogo e filósofo francês, sobre a contribuição de dois conceitos para a formação da expressão “ideologia” em sua obra *Curso de filosofia positiva*. Para o autor, o vocábulo pode ser entendido, de um lado, como uma relação filosófico-científica, a qual implica uma relação entre o ser humano e seu lugar na sociedade e na natureza, priorizando as sensações, e de outro lado, a partir de um conjunto de ideias de uma época histórica, restrita, podendo ser considerado uma opinião geral ou uma elaboração teórica dos pensadores de uma época.

Outra contribuição de Chauí (1981) vem de Émile Durkheim, também sociólogo e francês. Para ele, a regra fundamental da objetividade científica é a separação entre o objeto de conhecimento e o sujeito que se busca conhecer. Assim, nesse contexto, o termo “ideologia” será designado a todo conhecimento da sociedade que não respeite os critérios de objetividade de Durkheim.

A contribuição mais importante para a construção do conceito de ideologia vem de Karl Marx, que acredita na existência dela em diferentes sociedades, com o papel fundamental de influenciar as classes menos favorecidas da sociedade a defender os interesses pessoais de uma minoria, que se configura como sendo uma classe social mais favorecida e detentora de poder.

Nessa direção, ideologia pode ser definida como sendo um conjunto lógico e sistemático de ideias, valores e regras, os quais ensinam e determinam, de certa forma, os elementos da sociedade a valorizar e a seguir as coisas consideradas “corretas” por um membro da sociedade (neste caso, o Estado), com controle sobre as classes inferiores.

O que é a luta de classes?

Ainda segundo Chauí (1981), a sociedade civil é constituída por três classes sociais.

- a) A primeira classe social é constituída pela aristocracia ou nobreza e pelos proprietários de terra. É mantida e se conserva, sobretudo, pelos laços de sangue e pela linhagem, o que justifica sua proximidade com a família.
- b) A classe média, considerada por Hegel como sendo a “classe universal”, é constituída pelos funcionários do Estado (governantes, dirigentes, magistrados, professores, funcionários públicos em geral).
- c) Entre essas duas classes sociais citadas, existe uma outra, intermediária, considerada o coração da sociedade civil: a classe formal, isto é, os indivíduos que vivem da indústria e do comércio, do trabalho próprio ou do trabalho alheio. Esta classe forma as corporações (os sindicatos), e seus interesses definem toda a esfera da vida em uma sociedade civil.

É importante considerar que, por meio das classes sociais, conforme argumenta Chauí (1981), a sociedade nega o indivíduo isolado na qualidade de sujeito e pessoa, e o indivíduo como família. Na verdade, ela faz o indivíduo parecer membro da sociedade e pertencente a uma classe social. Ele, isolado em sua unidade ou como síntese do proprietário, do sujeito e do membro da família chama-se, agora, cidadão.

Não podemos esquecer que, entre os cidadãos, ou seja, entre as classes sociais, existem conflitos e lutas que apontam para a contradição. Vale ressaltar que contradição é diferente de oposição. Leia o boxe a seguir e veja o motivo.



Marilena Chauí (1981, p. 36) diferencia oposição de contradição a partir do seguinte argumento:

Em geral, confundimos contradição e oposição, mas ambos são conceitos muito diferentes. Na oposição, existem dois termos, cada qual dotado de suas próprias características e de sua própria existência, e que se opõem quando, por algum motivo, se encontram. Isso significa que, na oposição, podemos tomar os dois termos separadamente, entender cada um deles, entender por que se opõem se se encontrarem e, sobretudo, podemos perceber que eles existem e se conservam, quer haja ou não a oposição. Assim, por exemplo, poderíamos imaginar que os termos “senhor” e “escravo” são opostos, mas isso não nos impede de tomar cada um desses conceitos separadamente, verificar suas características e compreender por que se opõem. A contradição, porém, não é isso. Na contradição, só existe a relação, isto é, não podemos tomar os termos antagônicos fora dessa relação. São criados por essa relação e transformados nela e por ela. Além disso, a contradição opera com uma forma muito determinada de negação, a negação interna. (...) A negação é interna quando o que é negado é a própria realidade de um dos termos, por exemplo, quando dizemos: “A é um não-A”. Só há contradição quando ela for a relação que define uma realidade que é, em si mesma, dividida num polo positivo e num polo negativo, polo este que é o negativo daquele positivo e de nenhum outro.

A luta de classes está assentada em uma outra ideia estabelecida por Karl Marx: a divisão social do trabalho.

Segundo Marilena Chauí (1981, p. 61):

a divisão social do trabalho não é uma simples divisão de tarefas, mas a manifestação de algo fundamental na existência histórica: a existência de diferentes formas de

Engendrar

Engendrar projetos.
Ocasionar o aparecimento de alguma coisa (sem origem aparente). Criar ou criar-se: engendrar apartamentos; engendram-se efeitos para os medicamentos. Criar de maneira imaginativa. Inventar. Engendrar desculpas.
Fonte: <http://www.dicio.com.br/engendrar/>

propriedade, isto é, a divisão entre as condições e instrumentos ou meios do trabalho e o próprio trabalho, incidindo, por sua vez, na desigual distribuição do produto do trabalho. Numa palavra: a divisão social do trabalho **engendra** e é engendrada pela desigualdade social ou pela forma de propriedade.

A divisão social do trabalho tem como desdobramento o trabalho material, definido por aqueles que trabalham, e o trabalho intelectual, definido por aqueles que pensam. Dessa maneira, instalou-se, para a própria consciência imediata dos homens, a percepção da desigualdade: uns pensam, outros trabalham; uns produzem, outros consomem; e os que produzem não podem consumir os produtos de seu trabalho.

Assim, da mesma maneira que, da divisão entre trabalho material e intelectual, nasce a suposição de uma autonomia das ideias (como se elas tivessem uma realidade própria, independente dos homens), da separação entre os homens em classes sociais particulares, com interesses particulares contraditórios, nasce a ideia de um interesse geral ou comum, encarnado em uma instituição determinada: o Estado.

O papel do Estado

Para Chauí, o Estado aparece como a realização do interesse geral da sociedade (1981). A palavra “aparece” é usada propositalmente, já que sugere algo que ele não é. Na realidade, o Estado é a maneira pela qual os interesses de parte da sociedade (a classe dos proprietários) ganham a aparência de interesses de toda a sociedade. Para a autora, o Estado não é um poder distinto da sociedade, que ordena e regula suas ações, as quais são definidas por ele próprio e acima dos interesses particulares de classe. Antes, é a preservação dos interesses particulares da classe que domina a sociedade.

E ainda, o Estado, para a autora, exprime, na esfera política, as relações de exploração que existem na esfera econômica. Nessa direção, reproduz, na sociedade, a desigualdade social. O

Estado é, portanto, uma comunidade ilusória, o que não significa que seja falso, mas sim que aparece como comunidade porque é assim que ele é percebido pelos sujeitos sociais. A sociedade precisa dessa figura unificada e unificadora, de maneira que seja possível tolerar a existência das divisões sociais, das desigualdades sociais, das explorações, escondendo que essas divisões permanecem além do Estado.

O Estado é a expressão política da sociedade civil dividida em classes sociais.

Mais um pouco sobre ideologia

Por tudo o que dissemos, a ideologia burguesa, por intermédio de seus intelectuais, produzirá ideias que confirmem a condição de classe, fazendo, por exemplo, com que os homens da sociedade acreditem que sua desigualdade social é algo natural, decorrente de seu talento ou esforço próprio, isto é, os que honestamente trabalham enriquecem e os que não trabalham empobrecem, que são desiguais por natureza, mas a vida social, permitindo a todos o direito de trabalhar, dá chances iguais a todos os indivíduos sociais de melhorar suas condições de vida. Essa ideia esconde o fato de que os que trabalham não são senhores de seus trabalhos e que, portanto, suas chances de melhorar não dependem de si mesmos, mas de quem possui os meios e condições de trabalho.

E, finalmente, mas não menos importante, essa ideologia burguesa faz com que os homens acreditem que são desiguais por natureza e pelas condições sociais, mas que são iguais perante a lei e o Estado, escondendo um aspecto importante: a lei foi feita pelos dominantes e o Estado é um instrumento deles.

A ideologia do desenvolvimento de lugares a partir do turismo nas políticas públicas

Como já vimos em aulas passadas, o espaço é condição necessária para que o turismo possa se desenvolver. Isso porque

este é definido, dentre outros aspectos relacionados a seu conceito, como sendo uma prática social e uma atividade econômica que se dá pelo deslocamento de pessoas no tempo e no espaço, correto? Isso significa dizer que, reforçando o argumento de Cruz (2006, p. 339), “todos os lugares são, potencialmente, turísticos já que a atratividade turística dos lugares é uma construção cultural e histórica”.

Precisamos avançar um pouco mais sobre as definições do turismo para que possamos alcançar os objetivos desta aula. Veja: o turismo traz consigo duas características que o diferenciam de qualquer outra atividade econômica. Pode parecer banal, mas vou explicar o motivo pelo qual essas características são tão importantes:

- a) antes de qualquer coisa o turismo é uma prática social;
- b) o espaço é o principal objeto de consumo do turismo.

Como prática social, o turista é o principal protagonista e isso implica reconhecer que, “mesmo diante da hegemonia de agentes de mercado e do Estado, o ‘mundo do turismo’ não se restringe às ações *hegemônicas* de atores hegemônicos” (CRUZ, 2006, p. 338).

É preciso considerar que o turismo se dá na escala e na efervescência da vida nos lugares, e, mesmo naqueles cuja vida cotidiana está profundamente misturada às atividades do turismo, sua existência vai além das lógicas impostas pela atividade. Cruz (2006) ressalta que inserir um lugar, qualquer que seja ele, no competitivo rol dos destinos turísticos nacionais e internacionais não é objetivo fácil de ser alcançado. Isso porque tornar-se um destino turístico, nacional e internacionalmente conhecido é resultado de um feixe de ações e reações, fatores endógenos e exógenos, cujo comando, na maioria das vezes, independe do lugar receptor. Ao contrário, a autora argumenta que “a hegemonia dos mais importantes polos emissores do país e do mundo se pode sentir sobre muitos dos destinos turísticos do mundo e do país” (CRUZ, 2006, p. 338).

Nessa direção, a implementação de obras no espaço, com a finalidade de melhorá-lo ou “maquiá-lo”, para promover fluidez

Hegemonia

Supremacia de um povo sobre outros, seja pela introdução de sua cultura ou por meios militares.
Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hegemonia>

ao território, bem como outras obras, de melhoria das condições de vida (abastecimento de água, energia elétrica, coleta e destino do lixo, esgotamento sanitário etc.) correspondem a algumas estratégias do Estado (sobretudo em se tratando de poderes públicos federal e estadual), no sentido de desenvolver o turismo em alguns lugares.

Assim, recuperamos a ideia de que, muitas vezes, o Estado, ao pleitear o desenvolvimento de lugares a partir do turismo como atividade econômica, acaba operando na lógica dos efeitos de maquiagem, de maneira a mascarar os lugares, com o objetivo de esconder do olhar do turista aquilo que não é para ser visto.

Nessa direção, o lugar não recebe melhorias nas condições de vida da população residente como um todo, mas quando acontecem, são pontuais, apenas nos espaços direcionados ao olhar do turista. É importante considerar que, se de um lado, o turismo pode, teoricamente, contribuir para aliviar a pobreza, a partir da geração de renda, empregos, melhorias urbanas etc., de outro lado, na prática, ele tem sido responsável pelo agravamento das desigualdades sociais. Isso porque, nas palavras de Cruz (2006, p. 341),

ao tornar determinadas porções atrativas para trabalhadores com baixa qualificação profissional, dado que grande parte dos postos de trabalho diretamente associados ao turismo estão na informalidade ou dizem respeito a empregos mal remunerados, o turismo tem atraído contingentes de pobres para lugares receptores de fluxos, na busca por sua inserção no mundo do trabalho.

Isso explica, por assim dizer, o motivo pelo qual muitos países e lugares viram suas periferias crescerem a partir de ocupações desordenadas e carentes de infraestruturas urbanas, como desdobramento das iniciativas relacionadas à construção civil. Precisamos trazer à memória o que vimos, em outras aulas, sobre quais são os objetivos das políticas públicas: de maneira geral,

democratizar o acesso a bens e serviços, com a finalidade de gerar desenvolvimento, isto é, melhorias de condições de vida. Para dar seqüência ao propósito desta aula, precisamos recuperar o Estado no que diz respeito ao seu papel de indutor do desenvolvimento, o que justifica a criação de leis, políticas públicas e normas.

Se o turismo tivesse mesmo, como atividade econômica, o poder de resolver ou minimizar as desigualdades sociais, então, o planejamento do turismo como instrumento para essa finalidade, segundo Cruz (2006, p. 341), deveria estar assentado nas seguintes premissas:

- a) apropriar-se do conhecimento já produzido no país acerca da distribuição espacial da pobreza, localizando-a, bem como diagnosticando seu perfil (quem são os pobres, onde moram, como vivem, quais suas principais restrições etc.);
- b) diagnosticar as causas da pobreza para além das explicações óbvias, como aquelas que se restringem a questões estruturais (modo de produção, distribuição de renda, distribuição da riqueza). É preciso conhecer as especificidades regionais da pobreza para não se incorrer no erro de se produzir uma política ou um plano de ação para todo o país, ignorando-se essas especificidades;
- c) identificar eventuais fatores regionais perpetuadores da pobreza ou dificultadores de sua superação, de modo a construir um referencial que, ao fim e ao cabo, permita avaliar as possibilidades de o turismo contribuir para sua superação.

Para que exista turismo em determinado lugar, é necessário que haja um mínimo de desenvolvimento, o que explica o imediatismo do Estado em produzir infraestruturas urbanas em espaços ou lugares cujo objetivo é o desenvolvimento a partir do turismo. No entanto, os critérios anteriormente citados não são levados em consideração. Ao contrário, o modelo de desenvolvimento frequentemente utilizado leva em conta a utilização de capital financeiro internacional, materializado a partir da presença de grandes hotéis e *resorts*, os quais não dialogam com o lugar no qual estão inseridos. Esse modelo de turismo tende a agravar as desigualdades sociais já existentes.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

1. Se as políticas públicas são definidas pela finalidade de democratizar o acesso a bens e serviços, minimizando desigualdades sociais, como pode o turismo, em sua maioria, agravar as desigualdades sociais já existentes nos lugares onde ele se realiza?

Resposta Comentada

O Estado tem agido como instrumento para manutenção das estruturas sociais, o que inclui as desigualdades sociais estabelecidas na sociedade. No entanto, a partir da ideologia, ele faz a sociedade acreditar que o turismo é capaz, sozinho, de desenvolver os lugares onde ele se realiza, a ponto de minimizar os índices de pobreza. É esse discurso que faz com que, no “mundo do turismo”, seja construído um senso comum de que o turismo pode, por si só, ocasionar esse desenvolvimento, a partir da geração de renda, empregos e melhorias urbanas. Isso justifica a ação do Estado, sobretudo nas melhorias relacionadas à infraestrutura urbana (abastecimento de água, energia, pavimentação, esgotamento sanitário etc.), muitas vezes beneficiando grandes hotéis vinculados a redes internacionais e resorts, em vez de, propriamente, melhorar as carências urbanas demandadas pela vida cotidiana na cidade.

Isso não significa dizer que o turismo não seja capaz de gerar desenvolvimento. No entanto, é preciso estar atento às ações do Estado e à maneira como ele tem se posicionado em relação à população residente no que diz respeito aos investimentos em melhorias urbanas que visam a benefícios pontuais, em vez de favorecer tal população como um todo.

Conclusão

A importância de entender o que seja ideologia permite ao aluno desconstruir o senso comum sobre a atividade turística no que diz respeito aos seus aspectos econômicos e mitigadores da desigualdade social. Dessa maneira, não podemos atribuir ao turismo uma capacidade que ele, sozinho, não tem: a de resolver os problemas estruturais relacionados à desigualdade social. Como atividade econômica assentada em um sistema de mercado capitalista que, por si mesmo, é causa e consequência da desigualdade social, o turismo não tem condições de aliviar a pobreza. Ao contrário, na maioria das vezes, ele acaba por agravar as disparidades já existentes.



Atividade Final



Fonte: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/ff/ff/Beech_Park_Overview.jpg

Essa imagem revela uma vista panorâmica do *resort* Beach Park, localizado em Fortaleza. Observe seu entorno e faça uma análise sobre o “possível” desenvolvimento que ele tenha proporcionado ao estado do Ceará.

Resumo

Nesta aula, vimos que ideologia não é somente um conjunto de ideias de uma sociedade, mas um conjunto de ideias construído por uma classe social alta que detém o poder econômico e político. Assim, para a manutenção dessa estrutura de poder, o papel do Estado é fundamental porque é ele que, com suas normas e leis, promove a manutenção das relações de poder econômico e político.

Dessa forma, o turismo, como prática social e atividade econômica, vem, sistematicamente, sendo considerado pelo próprio Estado uma atividade como aporte ao desenvolvimento de lugares, haja vista a quantidade de políticas públicas e de desenvolvimento tendo como atividade principal o turismo em suas mais diversas modalidades. No entanto, vimos também que, se o turismo tivesse em si mesmo o poder de minimizar as desigualdades sociais no sentido de diminuir os índices de pobreza, um dos critérios que deveria ser utilizado pelo Estado seria, exatamente, a implantação dessa atividade em lugares considerados carentes de desenvolvimento.

Porém, na prática, o que se dá é a implantação do turismo com participação do Estado por meio de políticas públicas e injeção de capital na construção de infraestrutura urbana em lugares cujo desenvolvimento não se dá de maneira abrangente no sentido de melhorar as condições de vida para toda uma população. As melhorias, quando acontecem, são pontuais e visam ao olhar do turista. O modelo de desenvolvimento do turismo a partir da construção de hotéis, vinculados a grandes redes e *resorts*, tende a agravar as desigualdades sociais já existentes. Por isso, são considerados “bolhas”, porque não são capazes de dialogar com a população residente no sentido de gerar melhoria de condições de vida nos lugares onde são instalados.

10

A Política Nacional de Turismo e o ordenamento do território

*Maria Jaqueline Elicher
Telma Bassetti Santos*

Meta da aula

Apresentar as bases territoriais das políticas públicas para o turismo.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1** identificar as bases territoriais das políticas de turismo no Brasil;
- 2** reconhecer o que significa a regionalização do turismo.

Introdução

Nesta aula, vamos estudar a respeito das bases territoriais sobre as quais é pensada a Política Nacional de Turismo. Compreenderemos qual a diferença em se estruturar uma política pública que pensa, a princípio, no município como a escala ideal para o desenvolvimento da atividade e, numa nova concepção, que transfere essa base para a escala regional. Tentaremos compreender quais as implicações dessa mudança na organização da atividade e no ordenamento territorial brasileiro.

Para tanto, faremos uma análise buscando conhecer a atual política nacional, que tem como base o aporte regional para o desenvolvimento do turismo, distinguindo-a da política anterior, que estruturou o Programa Nacional de Municipalização do Turismo, na qual se entendia que, na escala do município, se encontrava a melhor forma de aplicabilidade das políticas públicas e ações voltadas ao desenvolvimento do turismo no país.

A importância das políticas públicas no desenvolvimento do turismo

A década de 1990 foi marcada pelo avanço da *política neoliberal* no Brasil, sendo que o turismo, por ser revalorizado como atividade econômica pelo Estado brasileiro, foi alçado como aporte para promover desenvolvimento. Após longos anos na marginalidade da administração pública, o turismo passa a ocupar lugar de destaque no planejamento governamental, processo que culmina, em 2003, com a criação do Ministério do Turismo (CRUZ, 2005).

Política Neoliberal

Neoliberalismo é um conjunto de ideias políticas e econômicas capitalistas que defende a não participação do Estado na economia, em que deve haver total liberdade de comércio, para garantir o crescimento econômico e o desenvolvimento social de um país. O neoliberalismo defende a pouca intervenção do governo no mercado de trabalho, a política de privatização de empresas estatais, a livre circulação de capitais internacionais e a ênfase na globalização; a abertura da economia para a entrada de multinacionais, a adoção de medidas contra o protecionismo econômico, a diminuição dos impostos e tributos excessivos etc. Essa ideologia é bastante criticada, pois muitos acreditam que a economia neoliberal só beneficia as grandes potências econômicas e as empresas multinacionais, que países pobres ou em desenvolvimento acabam sofrendo com os resultados de uma política neoliberal, causando desemprego, baixos salários, aumento das diferenças sociais e dependência do capital internacional.



Figura 10.1: No neoliberalismo há uma diminuição de interferência do Estado na economia.

Fonte: www.revistaescola.abril.com.br

O turismo passa, então, a ser entendido como atividade-chave na atração de investimentos para o país. Para isso, o Estado passa não só a captar investidores, como a melhorar a infraestrutura e a investir na mudança da imagem do país no exterior. Todas essas estratégias estão casadas com a criação de programas, no âmbito das políticas públicas de turismo, que possam promover o crescimento da atividade. Dois deles se destacam e vamos conhecê-los um pouco melhor agora: o Programa Nacional de Municipalização do Turismo e o Programa de Regionalização do Turismo.

Mas, para entendermos a importância de se compreender o papel das políticas públicas no desenvolvimento do turismo, precisamos entender primeiro a importância de ampliar o significado do turismo para além da sua dimensão econômica, pois esta é uma limitação que qualquer atividade econômica encerra em si mesma, no que tange à promoção de desenvolvimento social. Lembre-se de que crescimento econômico não é sinônimo de desenvolvimento social. Por isso, um país se equivoca quando foca a busca pelo desenvolvimento apenas em ações que possam gerar crescimento econômico.

Portanto, é preciso considerar que o turismo não é apenas uma atividade econômica. Prova disso é a importância que o

poder público tem no desenvolvimento da atividade e na consideração de que ela pode ser uma via promotora de crescimento. As infraestruturas promovidas pelo poder público são condicionantes ao progresso do turismo; as próprias políticas públicas são criadas com o objetivo de democratizar o acesso a bens e serviços, como podemos verificar, por exemplo, nas iniciativas presentes como diretrizes das políticas nacionais de desenvolvimento do turismo. Assim, este carrega em si, para além de uma mera atividade econômica, a condição de ser também uma atividade social, que pode, sim, vir a gerar desenvolvimento na medida em que se dê a ela a devida importância e não se almeje apenas o lucro.

Conforme já foi visto em outra aula, as políticas públicas podem ser definidas como um conjunto de ações, programas ou atividades desenvolvidas direta ou indiretamente pelo Estado, com a ajuda de entes públicos ou privados, e têm por objetivo principal assegurar a partes da população o direito ao acesso a bens e serviços.

A cada governo, acompanhamos as iniciativas de ampliar a ação dessas políticas ou mesmo de buscar a alteração delas, pensando nos melhores resultados quando da sua implementação.

No ano de 1996, por exemplo, o então presidente Fernando Henrique Cardoso lançou a Política Nacional de Turismo e o Planejamento Estratégico 1996/1999, elaborado pela Embratur, em parceria com entidades do setor privado e as Secretarias Estaduais de Indústria, Comércio e Turismo. Este documento teve como linha reguladora a valorização e a preservação do patrimônio natural e cultural do país, por meio da prática do turismo, concomitantemente ao desenvolvimento da atividade turística e seu equacionamento como fonte de renda nacional.

A Política Nacional de Turismo foi reorientada e alinhada às Orientações Estratégicas da Presidência da República, que visavam ao desenvolvimento, estabelecendo objetivos para o turismo, entre os quais estavam:

- 1) a promoção do desenvolvimento local sustentável nos municípios turísticos;
- 2) a geração de empregos, a redução de desigualdades regionais e a inclusão dos excluídos por meio do turismo;
- 3) a utilização sustentável do patrimônio histórico, artístico, etnográfico e ambiental do Brasil, oportunizando empreendimentos geradores de emprego e renda, conforme, segundo o relatório, os princípios do conceito de desenvolvimento sustentável, que prevê uso dos recursos associado à conservação.

Para atingir esses objetivos, a Embratur ordenou suas atividades em programas e ações com a finalidade de atender o propósito governamental de promover a transformação gerencial do setor público federal, de maneira que:

- 1) a organização dos programas pudesse refletir os problemas, as necessidades e demandas da sociedade;
- 2) o foco dessas atividades estivesse na obtenção de resultados;
- 3) esses resultados pudessem ser visíveis e mensurados por indicadores parciais e totais;
- 4) primassem pela transparência quando na utilização dos recursos;
- 5) fossem acompanhados e avaliados continuamente no que diz respeito aos custos e resultados obtidos;
- 6) fossem programas adequados aos recursos disponíveis da União.

O Programa de Municipalização do Turismo – PNMT

Dentre os vários programas ordenados pela Embratur e inseridos na Política Nacional de Turismo para o período 1996–1999, estava o Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT, criado pela Portaria nº 130, de 30 de dezembro de 1994. O PNMT tinha por objetivo promover o desenvolvimento turístico municipal por meio da conscientização sobre a importância do turismo sustentável e com participação efetiva da comunidade.

A avaliação do governo à época, representada na análise da coordenadora do PNMT, era de que o país apresentava péssima qualidade dos serviços turísticos e o setor tinha condições de se desenvolver mais por meio de um processo de descentralização da gestão. Para os representantes do governo, a melhor maneira de enfrentar o desafio era reunir pessoas de cada município para discutir o turismo e tentar, por meio de uma metodologia específica de enfoque participativo, sensibilizá-las para que elas fossem as alavancas do fenômeno turístico brasileiro (EMBRATUR, 2002).

O discurso do governo apontava para uma inversão dos sentidos nos processos decisórios da gestão do turismo brasileiro, do âmbito federal para o municipal, partindo do pressuposto de que é na escala territorial das comunidades locais que é possível estabelecer um nível participativo mais ativo e efetivo, uma vez que a proximidade dos cidadãos com os governantes locais é bem maior. O PNMT apresentava-se, então, como uma resposta à necessidade de conscientização, como um estímulo à capacidade dos agentes públicos e privados, de pensarem a atividade como aporte para o desenvolvimento (EMBRATUR, 2002).

A estratégia visava capacitar agentes locais que faziam o papel de multiplicar a consciência da importância do turismo no desenvolvimento socioeconômico de seus municípios, tendo sempre como ponto de referência, segundo a Embratur, a necessidade de conciliar o crescimento econômico com a conservação do patrimônio natural, histórico e cultural, e estimular a participação das comunidades na gestão de seus próprios recursos.



Figura 10.2: Turismo rural no interior do Brasil.

Fonte: www.turismo.gov.br

Segundo Trentin & Fratucci (2011), o PNMT consolidou-se como um programa estratégico de governo, articulador de várias instituições nacionais, entre elas bancos financiadores.

O objetivo do programa era, em suma, fomentar o desenvolvimento do turismo partindo da base territorial dos municípios, a fim de conscientizar e sensibilizar as comunidades para a importância do turismo, assim como descentralizar a gestão promovendo a cogestão local, na medida em que estimulava as relações entre o poder público local e os segmentos da sociedade civil organizada. Do ponto de vista do setor turístico, essas ações levariam à elevação dos níveis de qualidade e eficiência dos produtos e serviços turísticos locais.

Os municípios não eram obrigados a aderir ao programa e, quando o faziam, recebiam apenas o repasse de tecnologia e de informações, com uma série de oficinas de planejamento participativo. Não havia repasse financeiro direto.

Em linhas gerais, o programa se organizava em três fases consecutivas, que procuravam passar aos municípios brasileiros as condições para uma nova organização do sistema turístico local, apoiadas na constituição dos Conselhos Municipais de Turismo e dos Fundos Municipais de Turismo. Os conselhos deveriam ser consultivos e compostos de forma equitativa por representantes do setor público, da sociedade civil organizada e do setor

privado. O grande objetivo com a organização dessa estrutura era, sobretudo, descentralizar a gestão do turismo.

O conceito de desenvolvimento sustentável estava presente no PNMT, como vimos anteriormente, e explícito, sobretudo, na tentativa de conciliar desenvolvimento local com sustentabilidade dos recursos por meio da elaboração do Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo.

No entanto, todas as tentativas de descentralização da gestão do turismo com a municipalização não obtiveram sucesso. As maiores críticas são em relação à pouca atenção que o programa dava às especificidades regionais e locais, bem como às modalidades praticadas em cada um dos municípios. Ao não aceitar as especificidades e as diferentes modalidades turísticas praticadas em cada um deles, desconsiderava sobremaneira que cada modalidade turística demanda uma logística diferenciada de plano de ação, o que pode ser, a princípio, um dificultador das discussões e implementações, sobretudo em reuniões nas quais municípios, diferenciados por suas especificidades e modalidades turísticas, discutem a mesma política de turismo.

Dessa maneira, grande parte das ações do PNMT foram julgadas inadequadas para a realidade de extrema diversidade do turismo no país, o que culminou com o fim do programa, que coincide, inclusive, com o término do governo de Fernando Henrique Cardoso em 2002.

A ineficácia de implementação e a ausência de métodos avaliativos não permitiram a sobrevivência do programa que, mais tarde, foi substituído pelo Plano Nacional de Turismo, o qual passou a orientar o governo, o setor produtivo e a sociedade nas ações necessárias para o desenvolvimento da atividade turística, organizado numa nova base territorial – a regional – conforme veremos a seguir.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

O turismo é uma atividade latente na economia brasileira e, por um período longo, esteve sob a responsabilidade do governo municipal, que deveria organizar a gestão da atividade para que ela se desenvolvesse e, conseqüentemente, gerasse desenvolvimento.

Leia o texto a seguir e analise em que medida o PNMT poderia ter contribuído para promover o desenvolvimento em pequenas localidades do interior do país:

O potencial turístico da região Nordeste foi enaltecido por diversos estudos realizados por agências de fomento regionais e internacionais, sendo destacados os atributos naturais, culturais e a abundância de mão de obra com custos baixos existentes na região. O turismo foi considerado a alternativa econômica mais viável e, nos últimos anos, amplos investimentos foram feitos com verbas do Prodetur e também da iniciativa privada. Ampliaram-se ofertas de hotéis e pousadas, expandiram-se os aeroportos, foram abertas e recuperadas rodovias e desenvolvidos projetos relacionados ao abastecimento de água, tratamento do esgoto e do lixo. Com esses investimentos, ampliou-se o fluxo turístico para a região Nordeste, aumentando significativamente, em algumas cidades, a sua população. Porém as avaliações do processo sinalizam a necessidade de reformulação de políticas nos setores que prezam pela maior transparência e participação efetiva dos diversos atores envolvidos, principalmente da classe popular, que precisa ser ouvida e deve participar de todo o processo.

Fonte: http://www.espacoacademico.com.br/051/51fernandes_silva.htm

vas 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.

Percebe-se aí que já estamos falando de uma nova estrutura da política de gestão do turismo brasileiro, que acontece, sobretudo, com a troca de governante. A política regional de turismo marcou os mandatos do presidente Lula e se mantém hoje no governo de Dilma Rouseff.

A reestruturação da política de turismo se deu a partir da criação do Ministério do Turismo e da redefinição das funções da Embratur, e o foco passou a ser a diminuição das desigualdades regionais, ponto central da proposta do governo Lula. O Plano Nacional de Turismo 2003–2007 apresentou uma visão de futuro que previa o turismo estruturado de forma diversificada, atendendo às diferenças geográficas do país.

Os pontos estruturantes do novo PNT são as parcerias e a gestão descentralizada, a exemplo do PNMT. A diferença é que a gestão descentralizada foi proposta na nova configuração da superestrutura do turismo nacional que, no nível estratégico (o nível federal), apresentava o Ministério do Turismo como órgão aglutinador, assessorado pelo Conselho Nacional de Turismo e pelo Fórum de Secretários Estaduais de Turismo. No nível intermediário (nível estadual), as parcerias com os órgãos estaduais e com os representantes de todos os setores do turismo se materializam nos fóruns e conselhos estaduais de turismo, cuja missão é identificar problemas e elaborar propostas e sugestões para o desenvolvimento do setor, com as demandas oriundas dos consórcios regionais de municípios e dos conselhos/comitês municipais de turismo (FRATUCCI, 2008).



Formas de representação social – Conselhos

Um dos avanços significativos em relação aos direitos sociais ocorreu na década de 1980. Com a Constituição Federal de 1988, abriu-se a possibilidade de criação de mecanismos de controle social, como por exemplo, os conselhos de direitos, de políticas e de gestão de políticas sociais específicas, como no caso da gestão das políticas para o turismo. Os conselhos são espaços públicos criados por lei (federal, estadual ou municipal) cuja formação é plural e paritária, na qual participam as organizações governamentais – ministérios, secretarias e outros órgãos vinculados – em conjunto com a sociedade civil organizada – associações e organizações não governamentais, tendo como principais funções a formulação e o controle da execução das políticas públicas setoriais. Os conselheiros, por sua vez, devem garantir que essas políticas sejam executadas, monitoradas e avaliadas. Para isso, devem estar atentos aos planos municipal, estadual e federal e participar assiduamente das reuniões em que são discutidas essas questões.

O modelo de gestão descentralizada refletia-se na última meta estabelecida pelo PNT de aumentar a oferta turística brasileira, desenvolvendo pelo menos três produtos de qualidade em cada estado da Federação e no Distrito Federal (BRASIL, 2003).

Os Programas de Desenvolvimento Regional do Turismo e o Programa de Desenvolvimento de Roteiros Integrados de Turismo (PRT), desenvolvidos no âmbito macro do programa de infraestrutura, tinham o seu recorte territorial baseado no conceito de região como espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares, trabalhando de forma integrada; buscavam, pela estruturação e otimização das cadeias produtivas regionais, estimular a criação de novos produtos turísticos diversificados, que fossem pensados para além do tradicional “sol e praia”, base da política de desenvolvimento do turismo em décadas passadas (BRASIL, 2003).



A palavra “região” vem do verbo *regere* (governar), o que atribui à região, em sua concepção original, uma conotação eminentemente política e refere-se à unidade político-territorial em que se dividia o Império Romano. Esse termo era designado para indicar áreas que, mesmo pertencentes a uma administração, estavam subordinadas às regras e à hegemonia de Roma, ou seja, estavam sujeitas a ordens superiores. Na linguagem cotidiana, do senso comum, a noção de região parece existir relacionada a dois princípios fundamentais: o de localização e o de extensão.

Pelas suas características, o PRT foi elevado à categoria de programa estruturante e transversal a todas as ações previstas na Política Nacional de Turismo, por estabelecer ações descentralizadas focadas em parcerias, nas quais os municípios, os estados e a sociedade civil assumiam o papel fundamental do desenvolvimento de todas as etapas do programa. Estrategicamente, ele foi estruturado a partir de três diretrizes políticas específicas: gestão coordenada, planejamento integrado e participativo e promoção e apoio à comercialização.

Num mapeamento realizado em 2004, pelo Ministério do Turismo, foram identificadas 219 regiões turísticas, envolvendo 3.203 municípios, número que alcançou 200 regiões em 2006, contemplando quase 4.000 municípios. Desses números, foram indicados 396 roteiros turísticos para o mercado nacional, dos quais apenas 87 destinavam-se a ser estruturados para atingirem o padrão de qualidade exigido pelo mercado internacional, envolvendo 116 regiões turísticas, compostas por 474 municípios (BRASIL, 2007).

Caracterizam-se como destinos turísticos

aqueles que possuem infraestrutura básica e turística e atrativos qualificados, que se caracterizam como núcleo receptor e/ou distribuidor de fluxos turísticos, isto é, são aqueles capazes de atrair e/ou distribuir significativo número de turistas para seu entorno e dinamizar a economia do território em que está inserido (BRASIL, 2003).

Um dos objetivos centrais do PRT vem sendo a desconcentração da oferta turística brasileira, atualmente localizada predominantemente no litoral, estimulando a interiorização da atividade e a inclusão de novos destinos nos roteiros já comercializados. Nessa nova ótica, voltada principalmente para as metas econômicas do plano, foram selecionados pelo Ministério do Turismo, em conjunto com os órgãos e conselhos estaduais de turismo, 65 destinos com capacidade de induzir o desenvolvimento regional, para serem trabalhados prioritariamente até 2010 (CRUZ, 2003).



A marca Brasil

De acordo com a pesquisa Turista Atual, realizada em 2009 em 10 aeroportos brasileiros, com turistas estrangeiros provenientes de 27 países, o reconhecimento espontâneo da marca Brasil subiu de 11% em 2006 para 20% em 2009. Desde sua criação, cerca de 1.600 empresas, em mais de 20 países, já solicitaram o uso da marca no seu material publicitário. Empresas de turismo, como a CVC, e companhias aéreas, como Varig e TAM, aderiram à marca Brasil, ao lado de empresas como Grendene, Nestlé, Rosa Chá, Penalty e Mate Leão, que usaram a marca Brasil nos seus produtos para exportação. Essas são estratégias que visam comercializar o país como destino turístico internacional e potencializar o desenvolvimento regional da atividade.



Sensacional!

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Instituto_Brasileiro_de_Turismo

A estratégia de regionalização trouxe uma perspectiva diferenciada para o turismo brasileiro, dentro da proposta de gestão participativa dos processos de estruturação, promoção

e comercialização de roteiros turísticos. Na concepção do PRT, regionalizar não é apenas agrupar municípios com proximidade geográfica e similaridades culturais; é, também, construir um ambiente democrático, harmônico e participativo entre poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade e 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 (BRASIL, 2007).

Embora o PNT tenha gerado uma nova concepção de projeto para a gestão do turismo no país, é preciso frisar que as regiões turísticas citadas pelo PNT não existem em si mesmas e que essa concepção também pode gerar distorções sobre a verdadeira capacidade de o turismo ser uma atividade transformadora das condições sociais de algumas regiões.

Regiões turísticas não são mais que construções culturais, embora o termo região tenha também um sentido bastante conhecido, o de unidade administrativa, sendo, por meio da divisão regional de um espaço, exercida a hierarquia e o controle por parte do grupo administrativo do Estado. Essa forma de organização interfere direta e incisivamente sobre o planejamento do turismo. São heranças que, evidentemente, não podem ser ignoradas e são reconhecidamente difíceis de serem superadas no momento do planejamento.



A região, como conceito, é chave para estudiosos que incorporam, em suas pesquisas, a dimensão espacial. Daí o entrecruzamento importante para discutir o turismo a partir da perspectiva regional, haja vista o turismo poder e dever ser considerado também uma prática social. No Brasil, essa é uma discussão que perpassa o debate sobre a regionalização do país desde os anos 1960. Pedro Geiger indica que o entendimento de região, à primeira vista, parece fácil, mas é o mais complexo dos assuntos geográficos, porque exprime a complicada dinâmica da superfície terrestre, onde há superposição e combinação de processos de elaboração regional.

No entanto, o turismo não pode virar uma panaceia sobre a qual se colocam todas as responsabilidades e expectativas, muitas vezes ingênuas, acerca de seu desenvolvimento. Devemos considerar que ele envolve, na sua realização, sujeitos sociais (população local, turistas, agentes de mercado, poderes públicos) com expectativas diferentes, não raras vezes divergentes. Conciliar esses interesses no ordenamento dos territórios pelo e para o turismo deve ser um paradigma orientador do planejamento governamental e de suas políticas públicas e não pode deixar de ser almejado (CRUZ, 2003).

Conclusão

Pode-se dizer que a Política Nacional de Turismo – PNT (1996–1999) foi regida tanto pela lógica neoliberal de atração de investimentos como pelo discurso da participação da sociedade. Os Programas de Municipalização do Turismo – PNMT e o atual Plano Nacional de Turismo – PNT apresentaram-se dentro de uma concepção de descentralização, utilizando-se das formas de participação cidadã previstas na Constituição de 1988. O PNT abarcou, ainda, o discurso da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável, influenciado pela Eco-92, realizada no Rio de Janeiro.

A redemocratização do país foi fundamental para o turismo brasileiro uma vez que possibilitou a reconstrução de suas bases, tanto na abordagem territorial (a mudança do foco do município para a região) quanto na participativa, e tem sido um instrumento de capacitar e politizar os cidadãos para que tenham uma efetiva participação nas decisões políticas.

No entanto, no contexto atual, de amplo domínio do discurso neoliberal, as políticas públicas de turismo voltam-se quase que majoritariamente para contemplar os interesses dos agentes do mercado. Para os demais agentes sociais, envolvidos pelo turismo, resta um papel secundário, praticamente marginal, e os impactos quase sempre negativos que a atividade turística gera onde se instala.

Resumo

Nesta aula, fizemos uma diferenciação entre os Planos de Desenvolvimento do Turismo, propostos como políticas públicas para o setor nas últimas décadas, dentre eles o PNMT e o PNT.

O PNMT tinha como concepção a base territorial do município e visava, sobretudo, promover o desenvolvimento municipal por meio da conscientização da importância do turismo a ser desenvolvido de forma sustentável e com participação efetiva da comunidade.

Já o PNT, a política atual de desenvolvimento do turismo, prioriza a base regional, com enfoque na aglutinação de municípios com potencial turístico, que extrapola para a região, atribuindo ao turismo um significado de elemento-chave para o desenvolvimento regional e, por que não dizer, concede ao turismo a importante missão de ser atividade geradora de desenvolvimento no país, a ponto de promover o fim das desigualdades regionais, ideia que acreditamos fazer parte de um mito do desenvolvimento pelo turismo.

11

Políticas públicas de turismo para o desenvolvimento: alguns exemplos

*Maria Jaqueline Elicher
Telma Bassetti Santos*

Meta da aula

Apresentar a história das políticas públicas no Brasil, destacando seus aspectos ideológicos relacionados ao desenvolvimento dos lugares a partir do turismo.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 reconhecer a história das políticas públicas de turismo no Brasil;
- 2 identificar os aspectos ideológicos nas políticas públicas e nos projetos turísticos relacionados ao desenvolvimento de lugares, a partir do turismo, de maneira mais pontual.

Introdução

Esta é uma aula importante sobre a história das políticas públicas de turismo no Brasil, destacando seus aspectos ideológicos e seus desdobramentos nos lugares onde o turismo foi implantado com o objetivo de gerar desenvolvimento.

É o que veremos adiante!

Políticas públicas no Brasil: um pouco de história

Nossa análise sobre as políticas públicas no Brasil tem como recorte temporal a década de 1990, com o governo Collor de Mello, passando pelo governo Lula, até chegar aos dias atuais. É importante destacar que essa década foi marcada pela descoberta do turismo como atividade que seria utilizada como aporte ao desenvolvimento. Isso significa dizer que, durante anos, o turismo foi tratado como uma prática marginal em relação à administração pública, para então, com a criação do Ministério de Turismo em 2003, ocupar lugar de destaque no planejamento governamental.

Segundo Cruz (2005), a partir do governo Collor de Mello, o turismo começa a ser considerado uma atividade econômica de grande possibilidade para a geração de desenvolvimento regional e, sobretudo, para minimizar as desigualdades sociais históricas em todo o país.

Nessa direção, grandes programas para o desenvolvimento turístico foram criados no Brasil, revelando o grande papel indutor do Estado no fomento dessa atividade. São eles:

- Prodetur - NE: Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste;
- PNMT: Plano Nacional de Municipalização do Turismo;
- Proecotur: Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo para a Amazônia Legal.

Somam-se a esses documentos, no governo de Fernando Henrique Cardoso, a Política Nacional de Turismo (1996-1999) e,

já nesta década, o Plano Nacional de Turismo, o qual vigora até os dias de hoje. O argumento utilizado por Cruz (2005) é que, para alcançar os objetivos relacionados ao desenvolvimento a partir do turismo, os sucessivos governos da década de 1990 até os dias atuais fortaleceram o instrumental público de fomento ao setor. O desdobramento dessas ações foi tornar dinâmicas antigas linhas de financiamento, tais como o Fungetur, criado em 1997, e linhas específicas de crédito do BNDES. Junto a essas ações, outras formas de incentivos financeiros foram criadas, a exemplo do contrato firmado entre governo federal e BID, com vistas ao financiamento do Prodetur.



O Fungetur (Fundo Geral de Turismo) consiste em um mecanismo de crédito essencial ao fomento do turismo como negócio e estratégia para o desenvolvimento social e econômico – geração de emprego e renda, inclusão social e melhoria da qualidade de vida. Criado pelo Decreto - Lei nº 1.191, de 27 de outubro de 1971, o Fungetur é um fundo especial, diretamente vinculado ao turismo, que objetiva a concessão de crédito para implantação, melhoria, conservação e manutenção de empreendimentos turísticos. Ao longo de sua existência, foi o responsável pelo financiamento de boa parte da atual infraestrutura turística existente no país. O Ministério do Turismo, sob a coordenação e supervisão da Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo, buscou consolidar, no exercício de 2006, os processos de reestruturação institucional e organizacional do Fungetur, visando à retomada das atividades de operação de crédito suspensas desde o ano 2000. A edição da Portaria nº 32, de 22 de maio de 2006, que aprova as condições de operacionalização do fundo e informa outras providências, representa o marco legal que imprime regras claras e objetivas de operação e funcionamento dele. A retomada dos financiamentos tornou-se a opção consistente e razoável na busca do revigoração do fundo. Num esforço contínuo de aprimoramento das condições de financiamento, o Ministério do Turismo estabeleceu parceria com a Caixa Econômica Federal a fim de viabilizar créditos a custos compatíveis com a realidade do setor. Dessa parceria, o MTur e a CEF celebraram contrato para propiciar a aplicação de recursos próprios do Fungetur, com o objetivo de ofertar financiamento de longo prazo ao setor de turismo, principalmente, fomentando obras para modernização, reforma e ampliação de empreendimentos e aquisição de máquinas e equipamentos novos. Os primeiros resultados superaram as

expectativas. Levantamento realizado pela CEF apontou demanda de R\$ 105,6 milhões no segundo semestre de 2007, distribuídos entre projetos que aguardam enquadramento e aqueles já caracterizados nas normas do fundo. Para atendimento destes últimos, foram repassados R\$ 43,3 milhões. Essa movimentação financeira representa a totalidade da dotação orçamentária de 2007 (R\$ 24,9 milhões) e o correspondente a Restos a Pagar de 2006 (R\$ 18,4 milhões). Esses resultados ilustram a potencialidade do Fungetur em democratizar o acesso ao financiamento, ao mesmo tempo em que cumpre importante objetivo da política governamental: reduzir diferenças regionais ao atuar como fonte geradora de empregos e renda.

Fonte: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/programas_acoes/fomento_iniciativa_privada/download_fomento/FUNGETUR.pdf

É preciso considerar que, antes da década de 1990, não há precedentes na história do turismo no sentido de dinamizar a atividade turística em termos normativos para o desenvolvimento, com a finalidade de diminuir as desigualdades sociais.

O que foi o PNMT?

Dentre os programas criados pelo Estado, o PNMT (Plano Nacional de Municipalização do Turismo) foi considerado uma exceção. Isso porque todos os outros documentos citados implicaram na criação de infraestruturas, as quais são fundamentais para que o turismo aconteça em determinado lugar. Elas dizem respeito aos serviços fundamentais para a reprodução da vida. São eles: abastecimento de água, esgotamento sanitário, coleta e destino do lixo, pavimentação, energia elétrica, entre outros.

Assim, as infraestruturas promovidas pelo poder público são condicionantes ao desenvolvimento do turismo, e as próprias políticas públicas são criadas com o objetivo de democratizar o acesso a bens e serviços. Exemplificaremos essa questão com o Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT).

Segundo o relatório de gestão da Embratur de 2002, em 7 de março de 1996, o presidente Fernando Henrique Cardoso

lançou a “Política Nacional de Turismo – Planejamento Estratégico 1996/1999”, elaborado pela Embratur em parceria com entidades do setor privado e Secretarias Estaduais de Indústria, Comércio e Turismo. Esse documento teve como linha reguladora a promoção da valorização e a preservação do patrimônio natural e cultural do país, por meio da prática do turismo, concomitantemente ao desenvolvimento da atividade turística e seu equacionamento como fonte de renda nacional. Segundo o mesmo relatório, em 1999, a Política Nacional de Turismo foi reorientada e alinhada às orientações estratégicas da Presidência da República, que visava ao desenvolvimento, estabelecendo objetivos para o turismo, entre os quais estavam: a promoção do desenvolvimento local sustentável nos municípios turísticos; a geração de empregos; a redução de desigualdades regionais; a inclusão dos excluídos por meio do turismo e a utilização sustentável do patrimônio histórico, artístico, etnográfico e ambiental do Brasil, oportunizando empreendimentos geradores de emprego e renda, conforme, segundo o relatório, os princípios do conceito de desenvolvimento sustentável que prevê uso dos recursos associados à conservação.

Para atingir esses objetivos, a Embratur ordenou suas atividades em programas e ações com a finalidade de atender ao propósito governamental de promover a transformação gerencial do setor público federal, de maneira que a organização dos programas pudesse refletir os problemas, as necessidades e demandas da sociedade. O foco dessas atividades deveria estar na obtenção de resultados, que pudessem ser visíveis e mensurados por indicadores parciais e totais, primassem pela transparência quando na utilização dos recursos, fossem acompanhados e avaliados continuamente no que diz respeito aos custos e resultados obtidos e, finalmente, fossem programas adequados aos recursos disponíveis da União.

Dentre os vários programas ordenados pela Embratur e inseridos na Política Nacional de Turismo (1996-1999), estava o Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT –,

criado pela portaria nº 130, de 30 de dezembro de 1994. Ele tinha por objetivo promover o desenvolvimento turístico municipal por meio da conscientização sobre a importância do turismo sustentável e com participação efetiva da comunidade.

O conceito de desenvolvimento sustentável estava presente no PNMT, explícito, sobretudo na tentativa de conciliar o desenvolvimento local com a sustentabilidade dos recursos por meio da elaboração do Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo. É importante ressaltar que os princípios gerais que embasavam o PNMT (2001) eram a descentralização das ações visando à participação da comunidade; a sustentabilidade; as parcerias entre o poder público e privado; a mobilização com o intuito de estimular a comunidade a atuar e a decidir na orientação e elaboração de projetos de turismo sustentável e, finalmente, a capacitação e qualificação das pessoas envolvidas com o setor turístico.

Muitas pesquisas foram feitas, na ocasião, para avaliar a participação do programa no desenvolvimento do turismo nos municípios que optaram pela implantação e implementação dessa atividade como aporte ao seu progresso. Nessa direção, a Embratur e algumas Secretarias Municipais de Turismo desses municípios em questão e a Secretaria Executiva do Comitê Estadual do PNMT no estado do Espírito Santo, objeto de nossa pesquisa, nos forneceram várias informações sobre o andamento do processo de implantação do turismo nessas localidades. Vários contatos foram realizados, o que permitiu o envio de Relatórios de Implementação do PNMT no estado e demais relatórios e informações necessárias para essa análise.

Na ocasião, segundo informações da gerente de projeto da Embratur em 2002, para atingir os objetivos, havia um trabalho com a capacitação de técnicos da Prefeitura Municipal em oficinas de 1ª fase (sensibilização), 2ª fase (capacitação) e 3ª fase (planejamento). De acordo com as Diretrizes do PNMT (2001), o conteúdo da oficina de 1ª fase objetiva, por meio da discussão de alguns conceitos da atividade turística, sensibilizar os governos

locais no tocante à importância do turismo como fator de desenvolvimento econômico-social, à necessidade de a atividade ser desenvolvida de maneira sustentável e à participação efetiva da comunidade no processo de desenvolvimento turístico municipal.

Na 2ª fase do PNMT, segundo as Diretrizes (2001), o monitor municipal, técnico da Prefeitura, treinado nas oficinas do programa, vai adquirir conhecimentos, ou melhor, formular conceitos sobre Conselho Municipal de Turismo, Fundo Municipal de Turismo e Plano de Desenvolvimento Turístico. Na 3ª fase, serão repassados alguns instrumentos de planejamento que subsidiarão o monitor municipal na oficina que ele realizará para elaborar o plano estratégico municipal de desenvolvimento sustentável do turismo.



O PNMT orienta a criação do Fundo Municipal de Turismo, cujo objetivo é “concentrar recursos de várias procedências, visando a promover a consolidação da atividade turística no Município”.

Ainda sobre o PNMT

Segundo informações da gerente de projetos da Embratur (2002), ao final do processo de implantação do PNMT, o município teria noções conceituais sobre o turismo, a gestão da referida atividade e o planejamento dela. A gerente fez uma ressalva, afirmando que a participação de todos os segmentos da comunidade, envolvidos direta ou indiretamente com o turismo, era extremamente importante para garantir a continuidade do planejamento e a gestão da atividade turística.

Com base no relatório do Programa Nacional de Municipalização do Turismo no Espírito Santo, de 2002, faremos uma configuração da implementação do programa no estado do Espírito Santo. Segundo informações contidas nesse relatório (2002),

o governo do estado do Espírito Santo, em seu plano, definiu o turismo como uma das áreas estratégicas a serem desenvolvidas no período de 1995 a 1998. Dentro desse contexto, o Programa Nacional de Municipalização do Turismo iniciou os seus primeiros passos no estado com a criação do Comitê Estadual de Turismo em março de 1996.

Um estudo de caso sobre municípios localizados no Espírito Santo

Como já dissemos em outras aulas, a importância de se ampliar o significado do turismo para além de uma atividade econômica está na limitação que ela encerra em si mesma no que diz respeito à promoção de mudança social. Mas, corroborando a definição de turismo (RODRIGUES, 1999), é preciso considerar que ele não é somente uma atividade econômica. Prova disso é a importância que o poder público tem no desenvolvimento dessa prática. Vimos, também em outras aulas, que as infraestruturas promovidas pelo poder público (abastecimento de água, esgoto sanitário, coleta e destino do lixo, pavimentação, entre outros), são condicionantes ao desenvolvimento do turismo e que as próprias políticas públicas são criadas com o objetivo de democratizar o acesso a bens e serviços. Exemplificaremos essa questão com o Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT).

Para avaliar a participação do PNMT no desenvolvimento do turismo nos municípios selecionados para este trabalho, obtivemos informações junto à Embratur, às Secretarias Municipais de Turismo dos municípios em questão e à Secretaria Executiva do Comitê Estadual do PNMT no estado do Espírito Santo.

É importante ressaltar que a participação de todos os segmentos da comunidade, envolvidos direta ou indiretamente com o turismo, era extremamente importante para garantir a continuidade do planejamento e da gestão da atividade turística.

Em 1998, 14 municípios foram engajados no programa a partir de oficinas de 1ª e 2ª fases, a saber: Afonso Cláudio, Alegre, Aracruz, Divino São Lourenço, Domingos Martins, Fundão,

Guarapari, Ibitirama, Iúna, Piúma, Santa Tereza, Vargem Alta, Venda Nova do Imigrante e Muniz Freire, o que resultou na formação de 29 multiplicadores municipais. Em 1999, mais 15 municípios foram engajados: Alfredo Chaves, Anchieta, Conceição da Barra, Dolores do Rio Preto, Guaçuí, Ibatiba, Irupi, Linhares, Mimoso do Sul, Pancas, Santa Leopoldina, São José do Calçado, Serra e Vitória, totalizando 28 municípios que teriam o PNMT como base para o desenvolvimento sustentável do turismo.

Segundo o relatório do Programa Nacional de Municipalização do Turismo no Espírito Santo, de 2002, no final do ano de 1999 e início do ano 2000, as ações foram paralisadas, sendo retomadas no início de 2001, quando o PNMT se solidificou no Espírito Santo. Até então, o programa estava sendo sustentado por uma Secretaria extraordinária sem sede própria e/ou recursos financeiros e equipamentos adequados. Segundo o mesmo relatório (2002), em 23 de novembro de 2000, houve a efetivação de uma secretaria que proporcionou o reinício das atividades do Comitê Estadual do PNMT por meio de oficinas, em parceria com os municípios, que se motivaram e capacitaram agentes multiplicadores municipais, representados por funcionários de prefeituras nem sempre efetivos, o que comprometia o andamento do programa.

No período compreendido de julho de 2001 a abril de 2002, o Comitê Estadual, por intermédio da Secretaria Executiva do PNMT, percorreu todo o interior do estado do Espírito Santo elaborando um diagnóstico do programa nos municípios, com o objetivo de recuperar o tempo perdido e dar novo ânimo às atividades do estado. Em 2001, com o reinício das atividades do programa, a Secretaria do PNMT viabilizou a realização de quatro oficinas de 3ª fase nos municípios de Serra, Conceição da Barra, Aracruz, Vitória, Vila Velha, Guarapari e Santa Tereza.

Dentre os municípios selecionados para este trabalho, vimos que Afonso Cláudio, Domingos Martins e Venda Nova do Imigrante participaram da oficina de implementação do PNMT em 1998 referente à 1ª fase do programa, sendo que somente Venda Nova do Imigrante participou da 2ª fase. Segundo os

relatórios e informações da secretária executiva do Comitê Estadual do PNMT no Espírito Santo (2002), Marechal Floriano não participou de nenhuma atividade referente ao PNMT.

Questionada sobre os relatórios de implementação do programa nos anos de 1998 e 1999, a secretária do comitê alegou que esses documentos estavam perdidos, uma vez que, nessa ocasião, não havia uma secretaria efetivada. A explicação dada pela secretária executiva do Comitê Estadual do PNMT no Espírito Santo (2003) para o entrave do programa nos anos subsequentes à sua implementação em todos os municípios envolvidos foi a falta de continuidade nos trabalhos pelos gestores municipais e alguns atores envolvidos. Segundo ela, as primeiras capacitações foram realizadas nas prefeituras, com pessoas de cargo comissionado desprovidas de vínculos empregatícios e compromissos com o que é público. Com a eleição e a mudança administrativa, essas pessoas perderam seus cargos e não deram continuidade ao trabalho, uma vez que não eram remuneradas. Com isso, as ações do PNMT ficaram estagnadas.

Apesar de o relatório do PNMT (2002) indicar a presença de Afonso Cláudio na participação das 1ª e 2ª fases das oficinas, a secretária executiva do Comitê Estadual do PNMT nos informou (2003) que o município não participou de nenhum trabalho do PNMT e que não havia interesse dos administradores municipais em desenvolver ações dele. Supomos que essa afirmação seja referente ao ano de 2001, data em que as ações do PNMT foram retomadas.

Domingos Martins e Venda Nova do Imigrante participaram da Oficina de Treinamento de Monitores Municipais, referente à 1ª fase do PNMT, em Mimoso do Sul/ES em abril de 2002, junto com outros municípios, a saber: Alegre, Conceição do Castelo, Mimoso do Sul, Muqui, Rio Novo do Sul, Piúma, Santa Maria de Jetibá e Vargem Alta, segundo consta o relatório (2002). Nessa oficina, os representantes de Domingos Martins foram o chefe da Divisão de Turismo e o chefe da Divisão de Cultura, ambos pertencentes à Secretaria Municipal de Turismo (Sectur). Em Venda

Nova do Imigrante, o participante representou a Coordenação de Turismo do Município (Setel).

É preciso ressaltar que o PNMT não considerou as especificidades dos municípios, bem como as modalidades turísticas praticadas em cada um deles, pois cada uma destas demanda uma logística diferenciada de plano de ação, o que dificulta as discussões, sobretudo nas reuniões em que municípios diferenciados por suas especificidades e modalidades turísticas discutem a mesma política de turismo. Outra observação importante diz respeito à participação da comunidade nessas reuniões. Nas duas primeiras fases do programa, não há representantes da comunidade, porque as oficinas são direcionadas à capacitação para o trabalho de sensibilização nas comunidades e formação do Conselho Municipal de Turismo (Comtur), segundo as Diretrizes do PNMT.

Sobre a participação da população residente no processo de desenvolvimento do turismo

Não podemos afirmar o grau de envolvimento e participação da comunidade nesse processo. Para isso, seriam necessários outros dados. No entanto, resultados dos questionários aplicados nos estabelecimentos turísticos dos quatro municípios sobre a influência do PNMT no turismo da cidade mostraram que 14 (14/25) deles responderam não saber do que se tratava tal programa; oito (8/25) responderam que o PNMT não alterou em nada o turismo na cidade e três, que melhorou (veja a **Tabela 11.1**) (SANTOS, 2004, p. 84).

Tabela 11.1: Influência do PNMT no desenvolvimento do turismo nos municípios, 2002.

Opinião	Respostas
Melhorou	3
Piorou	0
Não alterou em nada	8
Não sei do que se trata	14
Total	25

Essas respostas indicam um nível alto de desconhecimento do programa por parte daqueles que estão diretamente envolvidos com a atividade. Podemos dizer, ainda, que deixar a participação da comunidade para a última fase da implementação do programa não é necessariamente a participação “efetiva” proposta por ele, em todo o processo de elaboração do Plano de Desenvolvimento da Atividade Turística. Outra consideração importante a esse respeito é que, se os municípios não chegarem à 3ª fase nas oficinas, como de fato não chegaram, a comunidade não terá sido sequer comunicada a respeito do PNMT.



Resultados de pesquisa nos mostram que a participação da comunidade na implementação do PNMT em outros lugares também foi inexpressiva. Jaqueline de Oliveira Pereira fez um estudo minucioso sobre a contribuição do projeto na descentralização do turismo nos municípios de Macaíba, Parnamirim, Pedra Grande e Touros no Rio Grande do Norte e concluiu que “a participação dos membros conselheiros na formação dos CMTs (Conselhos Municipais de Turismo) foi bastante inexpressiva e limitada a poucos representantes da comunidade” (PEREIRA, 2000, p. 108-109).

Venda Nova do Imigrante participou da Oficina de Treinamento de Monitores Municipais, referente à 2ª fase, em Castelo/ES, em outubro de 2001, junto aos municípios de Guarapari, Anchieta, Castelo, Itarana, Barra de São Francisco, Pancas, Santa Leopoldina e Santa Tereza. Nessa oficina, representaram

Resposta Comentada

A participação da população residente (comunidade) tem o objetivo, do ponto de vista ideal e até ideológico, como já dissemos em outra aula, de trazer à baila, no processo de implantação e implementação das necessidades da comunidade, o que diz respeito às suas condições de vida. Para além disso, a população sabe identificar os espaços de lazer de seu território que possuem potencial turístico, levando em consideração seus modos de vida, o que inclui suas rotinas e hábitos, de maneira que sejam respeitados e considerados. Quando o estado traz um modelo de turismo pronto e implanta de cima para baixo, ou seja, sem levar em consideração as demandas da população residente, a tendência é o estabelecimento de um conflito. Isso porque, como já dissemos em outras aulas, turistas e residentes têm interesses diferentes em relação aos lugares tornados turísticos. Enquanto estes pretendem a melhoria de suas condições de vida (abastecimento de água, coleta e destino do lixo, esgotamento sanitário, acesso à saúde e educação, dentre outras), aqueles desejam a satisfação de suas necessidades de consumo relacionadas às práticas de lazer.

A Secretaria de Turismo (2003) nos informou que foram poucas as ações realizadas dentro do agroturismo pelo PNMT e que o município percebeu não haver grande influência do programa no desenvolvimento dessa atividade. Dados da secretaria (2002) indicam que existe, no município, um total de 800 propriedades, as quais apenas 12 estão ligadas ao agroturismo e 55 associadas ao Agrotur. Segundo informações da secretaria (2003), as grandes contribuições que a administração pública pôde oferecer, além das características marcantes dos proprietários e da cultura local, foram a de fornecer infraestrutura básica de acesso, certificação e qualidade dos produtos, divulgar e criar eventos para fomentar o fluxo turístico, além de outros apoios não mencionados.

Em contato com a Embratur a fim de saber qual o papel dela e dos municípios no processo de implementação do PNMT, foi-nos informado (março de 2003) que cabe aos estados, por intermédio dos comitês, continuar a implementação do turismo sustentável local por meio das oficinas. À Embratur

cabe fornecer condições para que isso aconteça, participando, apoiando e municiando os estados com material necessário para a realização das oficinas e, mais importante, utilizando algum instrumento de avaliação dos resultados. Questionada sobre o método de avaliação, a Embratur (2003) afirmou não haver qualquer instrumento para a análise dos resultados do PNMT, mas que, em breve, estaria apresentando à nova administração algumas propostas que consideravam importantes para esse processo.

O fim do PNMT coincide com o término do governo de Fernando Henrique Cardoso, em 2002. A ineficácia de implementação e a ausência de métodos avaliativos não permitiram a sobrevivência do programa que foi substituído pelo Plano Nacional de Turismo, o qual visa orientar o governo, o setor produtivo e a sociedade nas ações necessárias para o desenvolvimento da atividade turística e que poderá ser objeto de pesquisas em outros trabalhos.



Atividade

Atende ao Objetivo 2

2. A partir da descrição densa da implantação do Plano Nacional de Municipalização do Turismo no estado do Espírito Santo, foi possível perceber o descompasso entre o discurso político sobre a participação da população residente (comunidade) e a ausência dela nesse processo. Isso aponta para uma questão ideológica. Você consegue identificá-la?

Resposta Comentada

A questão ideológica diz respeito ao fato de que o Estado se apoia em um discurso de desenvolvimento com participação da população residente (comunidade), mas que suas ações, na prática, não correspondem a esse discurso.

A importância de se ouvir a população residente é que ela sabe de suas carências e necessidades, bem como de seus atrativos turísticos potenciais. Quando o Estado impõe ao município um modelo padrão de desenvolvimento que não respeita as especificidades do lugar, vai contra seu próprio discurso no que concerne à importância da população em todas as fases do processo. Nessa direção, a participação dela em todo o processo pode conduzir, concomitantemente, à formação de cidadania, já que a população decidiria com o Estado o destino de seu lugar.

No entanto, contraditoriamente, não é isso que acontece. O modelo padrão estabelecido pelo Estado e imposto aos municípios levou o PNMT a não dar certo em vários aspectos, sobretudo no que diz respeito ao desenvolvimento com participação da comunidade envolvida.

Conclusão

A importância de entender o que seja ideologia e qual o papel do Estado nesse processo permite a você desconstruir o senso comum sobre a atividade turística, no que diz respeito aos seus aspectos econômicos e mitigadores da desigualdade social. Dessa maneira, não podemos atribuir ao turismo e ao Estado uma capacidade que eles, sozinhos, não têm: a de resolver os problemas estruturais relacionados à desigualdade social. Como atividade econômica, assentada em um sistema de mercado capitalista, que por si mesmo é causa e consequência da desigualdade social, o turismo não tem condições de aliviar a pobreza. Ao contrário, na maioria das vezes, apoiado pelo Estado, acaba por agravar as disparidades já existentes.



Atividade final

Atende ao Objetivo 2

A partir do que foi exposto sobre o PNMT, aponte os motivos pelos quais a política de municipalização do turismo, no que diz respeito ao desenvolvimento da atividade, não deu certo.

Resposta Comentada

O PNMT previa o desenvolvimento do turismo a partir dos municípios, sem levar em consideração a região e o território. A importância de se levar esses quesitos em consideração é que o território revela a identidade do lugar e, como desdobramento disso, suas especificidades. Além disso, a população residente, em alguns municípios, não foi consultada sobre o processo de implantação e implementação do turismo como aporte ao desenvolvimento. O Estado trabalha de cima para baixo, impondo uma política segundo um padrão próprio que desconsiderou as especificidades dos lugares.

Resumo

Nesta aula, vimos, com maior atenção, um exemplo prático de uma política de desenvolvimento do turismo tendo como objetivo os municípios: o PNMT. Seu maior foco, em termos teóricos, foi a participação efetiva da população residente, a comunidade. No entanto, o que se viu, a partir de pesquisas realizadas em todo o Brasil, foi que essa participação foi negligenciada pelo Estado, que implantou o turismo segundo padrões próprios, sem levar em consideração as especificidades dos lugares. Essa padronização gerou uma resistência nos locais onde o turismo foi implantado, justamente pela falta da participação comunitária em seus processos de implantação.

12

Impactos socioespaciais do turismo: o fenômeno da gentrificação

*Maria Jaqueline Elicher
Telma Bassetti Santos*

Meta da aula

Refletir sobre os impactos socioespaciais do turismo.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1** reconhecer os impactos socioespaciais do turismo;
- 2** analisar de que maneira o turismo contribui para o fenômeno da gentrificação.

Introdução

Na Aula 9, vimos que os processos que envolvem a constituição e a organização das sociedades se estabelecem a partir de ideologias que levam as elites hegemônicas ao comando dos grupos sociais. Vimos também que o Estado exerce importante papel e exprime, no campo político, as relações de exploração que existem na esfera econômica. Nessa direção, reproduz-se na sociedade a desigualdade social.

Você já ouviu falar em gentrificação? Não?

Pois, então, nesta aula, veremos como o turismo, enquanto fenômeno econômico e social complexo, é capaz tanto de promover crescimento econômico, gerando emprego e renda e estimulando o desenvolvimento das economias capitalistas, quanto de promover impactos de ordem social e ambiental. Vamos nos deter a um tipo específico de impacto muito recorrente nas últimas décadas e mais restrito às grandes cidades do globo, associado aos processos de urbanização, conhecido como *gentrificação*.

Vale ressaltar que a gentrificação não é considerada um impacto diretamente relacionado ao turismo, mas se insere nas pressões que este faz para que ambientes urbanos degradados e sem uso econômico sejam reinseridos nos fluxos do capital para serem potencializados como espaço de consumo para quem pratica turismo. Assim, considerando que o espaço é condição necessária para que o turismo possa se desenvolver, entenderemos também de que maneira o Estado se torna agente fundamental nos processos de revitalização desses espaços, gerando, ao revés, a gentrificação, e como se identificam as ideologias que representam os grupos hegemônicos.

Os espaços de interesse do setor turístico

Como nos lembra Cruz (2006) e conforme foi visto na Aula 9, todos os lugares têm um potencial para se tornarem turísticos, visto que sua atratividade turística é uma construção cultural e histórica. Em determinados momentos, algumas localidades

Gentrificação

Tradução literal do inglês *gentrification*, que não consta nos dicionários de português. É um conjunto de processos de transformação do espaço urbano que, com ou sem intervenção governamental, busca o aburguesamento de áreas das grandes metrópoles que são tradicionalmente ocupadas pelos pobres, com a consequente expulsão dessas populações mais carentes, resultando na valorização imobiliária desses espaços.

Fonte: HOFFMANN, Friederike. Istanbul: Living Together Separately. *Urban Action 2007*, College of Behavioral and Social Sciences: San Francisco State University, 2007.

podem não participar de processos de turistificação, seja porque não há interesse específico sobre elas, seja porque esses lugares não se encontram adequadamente preparados para se inserir nos fluxos que os mantêm como espaços de interesse para o setor turístico.

Lembre-se de que, para que o turismo se realize, não basta apenas que os lugares sejam atrativos. Eles devem conter o mínimo de desenvolvimento em infraestruturas de hospedagem, alimentação e entretenimento que atendam aos turistas, reconhecidos, em geral, como os principais sujeitos do turismo. O Estado é o agente que vai proporcionar a organização do espaço, a fim de atender essas exigências, pois entende que o turismo pode se tornar motriz de desenvolvimento dos lugares.

A questão é que a atividade turística não é capaz de gerar, sozinha, desenvolvimento, pois entende-se que desenvolver implica pensar o espaço de forma integrada e, como bem recuperado na Aula 9, o Estado, ao pleitear o desenvolvimento de lugares a partir do turismo como atividade econômica, acaba operando na lógica apenas da produção de efeitos de maquiagem no espaço, de maneira a mascará-lo, com o objetivo de esconder do olhar do turista aquilo que não deve ser visto.

Nesse sentido, nem sempre os lugares recebem melhorias nas condições de vida da população residente como um todo, mas apenas progressos que visam mudar a aparência e a condição dos lugares frequentados pelo turista.

No momento atual, o turismo tem sido um dos vetores para a internacionalização dos espaços, ocasionando uma grande competição entre os lugares para atrair o capital e promover o crescimento econômico e, não necessariamente, o desenvolvimento. Assim, a atividade turística já é assumida como uma opção positiva, especialmente por sua capacidade para difundir efeitos em cadeia sobre o conjunto da economia, por meio do multiplicador do gasto turístico. Os países em desenvolvimento são considerados, hoje, mercados de grande potencial para o crescimento do setor.

Um espaço que atualmente está em evidência na busca por mais campo de atuação para o turismo são os centros históricos de cidades tradicionais do globo que, pelos processos de urbanização difusos do último século, passaram por profundo abandono e degradação socioambiental.

Por isso, nas últimas décadas, está em evidência a recuperação de centros urbanos considerados importantes do ponto de vista histórico, muitos deles áreas de origem da formação do sítio urbano dessas cidades.

Em geral, esses centros antigos localizam-se em importantes cidades industriais e portuárias do mundo desenvolvido, mas também em grandes cidades do chamado mundo em desenvolvimento, que foram sendo abandonadas devido aos novos fluxos do capital, que partiu para outras áreas das próprias cidades antigas ou para novos movimentos econômicos dispersos ao redor do mundo, alterando os fluxos de urbanização.



Maria Jaqueline Elicher

Figura 12.1: Centro histórico da cidade do Rio de Janeiro.

Os centros históricos dessas cidades degradaram-se pelo abandono de atividades econômicas tradicionais e foram,

consequentemente, também negligenciados pelo poder público, que se voltou para áreas de urbanização mais recentes. Como consequência, houve a deterioração de equipamentos urbanos dos centros, o que afetou diretamente a qualidade de vida de seus moradores.

Mas, em determinados momentos e por motivos que conheceremos a seguir, esses velhos centros urbanos passam a ser reinseridos nos circuitos de exploração do capital e ressignificados em importância econômica e social, para atender a vários interesses, inclusive aos do turismo.

Turismo e produção do espaço nos antigos centros urbanos

Vamos ver, agora, como os lugares passam a ser revalorizados no contexto das atividades capitalistas mais recentes e como o turismo, *a priori*, contribui nesse processo, para depois gerar impactos de ordem social, principalmente.

A competição dos lugares para ingressar no rol dos destinos turísticos nacionais e internacionais é uma tarefa das mais difíceis, assim como a permanência dos lugares considerados tradicionais do turismo nessa posição exige o desenvolvimento de estratégias complexas.



Figura 12.2: Cidades tradicionais do turismo mundial, como Roma, renovam-se constantemente para manter intensos os fluxos de entrada de turistas.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Collage_Rome.jpg

Segundo Cruz (2006), os lugares se preparam por meio de uma conjunção de fatores de ordem externa e interna, que alia capital privado e público e a realização de um pacto entre os diferentes agentes, que visa, sobretudo, criar maior visibilidade, a fim de atrair os investidores privados para os lugares que, principalmente, encontram-se degradados e necessitam ser reinseridos nos fluxos das atividades econômicas. Assim, essa competitividade, que é global, depende da qualidade e da quantidade de recursos materiais e humanos que cada lugar tem a oferecer.

Segundo Harvey (2005), isso significa uma inserção diferenciada na divisão internacional do trabalho, a partir da exploração de vantagens específicas para a produção de bens e serviços, como os associados ao turismo, por exemplo, mesmo que, na contrapartida, essas ações se construam sobre divergências de interesses entre os sujeitos sociais diretamente envolvidos e produzam pobreza, exclusão e destruição ambiental.



David Iliff

Figura 12.3: West End, Londres.

Fonte: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Palace_of_Westminster,_London_-_Feb_2007.jpg



Figura 12.4: Bairro de Brik Lane – região pobre de Londres, considerada novo centro para imigração na cidade.

Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/East_End_\(Londres\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/East_End_(Londres))

Em países como o Brasil e, mais especificamente, em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, essa nova configuração se dá, sobretudo, com a consagração do neoliberalismo nos anos 1990. Aqui, não é diferente a importância que o Estado atribui

ao turismo como setor econômico com aporte capaz de gerar desenvolvimento. Por isso, cria pactos com a iniciativa privada, que passa a poder investir capital, redinamizando, desse modo, a organização do espaço.

O discurso sobre o turismo é situado como opção para o desenvolvimento dos países, estados e municípios, mas, na prática, é uma superestimação de seu desempenho, criando falsas expectativas e excluindo possibilidades de solução aos problemas sociais e ambientais existentes. Historicamente, está provado que o turismo não desenvolveu regiões pobres, nem distribuiu a riqueza do país, além de não ter consolidado territórios, mas apenas organizado outros; acrescentou problemas quando foi tratado como política para atender à acumulação capitalista em detrimento das necessidades básicas dos trabalhadores locais; transformou o espaço em mercadoria global, desvalorizando o uso pela troca (CORIOLANO, 2006, p. 372).

No Brasil, o turismo tem sido tratado ativamente como elemento central na atual organização da competitividade territorial, acirrada pela atração dos investimentos, principalmente via organização de eventos de ordem planetária, como a Copa do Mundo de 2014 e, mais particularmente no Rio de Janeiro, os Jogos Olímpicos de 2016.

Como, entretanto, se dá a participação efetiva do Estado nesses processos de recuperação de áreas degradadas, a fim de que sejam reinseridas nos fluxos do capital? A atuação do Estado acontece, sobretudo, na garantia da infraestrutura básica e na implementação de ações que aliem todas as esferas do poder público, no sentido de promover a melhor organização dos territórios para aumentar a fluidez dos mesmos e garantir que se fortaleçam as bases necessárias para a reprodução do capital, pois “tornar o território atrativo para o capital privado é o objetivo precípua dessas ações” (CRUZ, 2006, p. 338).

No contexto da organização dos espaços para receber os grandes eventos e dinamizar as economias, é atribuída à cidade o caráter de mercadoria, para que ela se torne atrativa para os

investidores internos e externos. Vainer (2000) aponta que, nesse bojo, organiza-se um novo modelo de planejamento desses espaços, que dá a eles também o caráter de empresa e pátria. Assim, as cidades estariam enfrentando os mesmos desafios das empresas ao serem submetidas a lógicas idênticas e, já que a consciência é a de que a economia se produz numa competição entre territórios, estes, portanto, devem reproduzir a mesma realidade das empresas. O objetivo se torna organizar o espaço urbano e dar à cidade um lugar melhor no sistema competitivo.

Temos aí a cidade empreendedora, noção que emerge nos anos 1970 e 1980 como opção para o crescente processo de corrosão econômica que atravessavam grandes cidades de países capitalistas desenvolvidos, como as do cinturão da ferrugem no nordeste americano, Cincinnati e Pittsburgh. Outros exemplos são cidades que possuíam importantes zonas portuárias, centro da economia do lugar, e foram sofrendo processos de degradação econômica, tais como Buenos Aires (Puerto Madero), Barcelona (Puerto de Barcelona), Belém do Pará, no Brasil e, atualmente, na cidade do Rio de Janeiro, a zona portuária.



Figura 12.5: O antigo porto de Buenos Aires transformou-se, em bairro elegante e caro na capital da Argentina, após projeto de revitalização.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Puerto_Madero



Atividade

Atende ao Objetivo 1

O turismo é a atividade, considerada por muitos governos, como opção maior para gerar o desenvolvimento, mas sabemos que, como atividade econômica de base capitalista e consumidora de espaço, o turismo pode, ao revés, provocar impactos de ordem socioespacial.

Eleja um tipo de impacto que o turismo pode causar e desenvolva uma análise sobre suas implicações para a organização do espaço das cidades.

Resposta Comentada

Dentre os impactos que o turismo pode causar, um deles é contribuir direta ou indiretamente para o encarecimento do custo de vida nas cidades. Isso acontece, em geral, porque a turistificação acaba por atrair demandas de consumidores que tendem a pagar mais caro para conhecer os lugares, o que, conseqüentemente, encarece o custo de vida daqueles que lá moram.

A renovação dos antigos centros históricos e a reinserção pelo turismo

Os processos de transformação dos velhos centros históricos, muitos deles de grande interesse turístico, são orientados por atuações urbanísticas que, embora sejam diversas em cada país, pois as cidades apresentam complexidades distintas, apresentam singularidades que, segundo Rovira (2006), dividem-se em dois caminhos em curso no momento atual: o primeiro, dado

pelos casos em que a recuperação do centro tem como fim obter a dinamização econômica do conjunto da cidade e em que as intervenções urbanísticas estão orientadas para a reconstrução do espaço urbano, a fim de alcançar novo valor econômico, social e funcional, como foi o caso de Barcelona no período anterior aos Jogos Olímpicos de 1992 e, atualmente, da cidade do Rio de Janeiro.

Nesse caso, o objetivo é dinamizar as atividades econômicas mediante a instalação e a oferta de serviços centrais de consumo, centros comerciais, museus, salas de exposição, hotéis, centros de convenção etc., quando se desenvolvem processos de substituição funcional e social do espaço, mediante a intervenção das formas urbanas, cuidando de maneira esmerada de seus valores e características estéticas.

Quanto ao segundo caminho, o que se pretende é a chamada *reabilitação integrada*, que significa restituir à população residente as condições de habitabilidade de suas moradias e de seu entorno, mantendo atividades econômicas, comerciais e de serviços complementares à função residencial. Reabilitar integralmente um centro histórico significa manter as características sociais e culturais de seus habitantes e levar a cabo intervenções urbanísticas que afetem tanto o espaço público quanto o privado e incidam concretamente em aspectos da morfologia urbana.

Essas intervenções tendem a evitar a substituição social, a garantir a melhora da qualidade da moradia e do ambiental do espaço público e pretendem recuperar funcionalmente o bairro, de forma a não acarretarem a expulsão da população afetada por operações de modelagem ou de reabilitação das moradias (RO-VIRA, 2006), pois trata-se de uma concepção de planejamento urbano que considera a cidade com base em seu valor de uso, muito mais do que em seu valor de troca.

Vejamos o caso em curso na cidade do Rio de Janeiro, na qual a antiga zona portuária, área de interesse histórico e que até poucos anos se encontrava degradada social e economicamente, insere-se atualmente em um processo de (re)vitalização urbana,

que visa recuperá-la a fim de que atenda a interesses associados a grandes eventos, como a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016.

Segundo a classificação proposta pela autora mencionada anteriormente, o Porto Maravilha se insere na primeira classificação, aquela que visa à recuperação da importante área histórica da cidade para dinamizá-la economicamente, seja para atender aos interesses públicos ou à iniciativa privada, que busca retorno dos seus investimentos em empreendimentos no local.

O projeto Porto Maravilha promete a reformulação total da área portuária, que passa por reconstrução do sistema viário, recuperação de atrativos culturais baseados no patrimônio histórico e construção de outros que possam ser potencializados como atrativos locais. Ocorre também a refuncionalização comercial e residencial, já que os investimentos privados buscam o retorno do capital mediante o lucro alcançado com a venda de imóveis de moradia, salas comerciais etc.



As fotos a seguir mostram a transformação ocorrida no Largo do Cais do Valongo, desde a ocupação inicial, quando o ancoradouro foi utilizado, principalmente, para o desembarque de escravos, e hoje, ao ser revitalizado para o uso turístico.



Figura 12.6: Antigo Cais do Valongo, área histórica da cidade do Rio de Janeiro. Patrimônio cultural revitalizado para potencializar o uso turístico.

Fonte: <http://www.cidadeolimpica.com.br/projetos/porto-maravilha/>



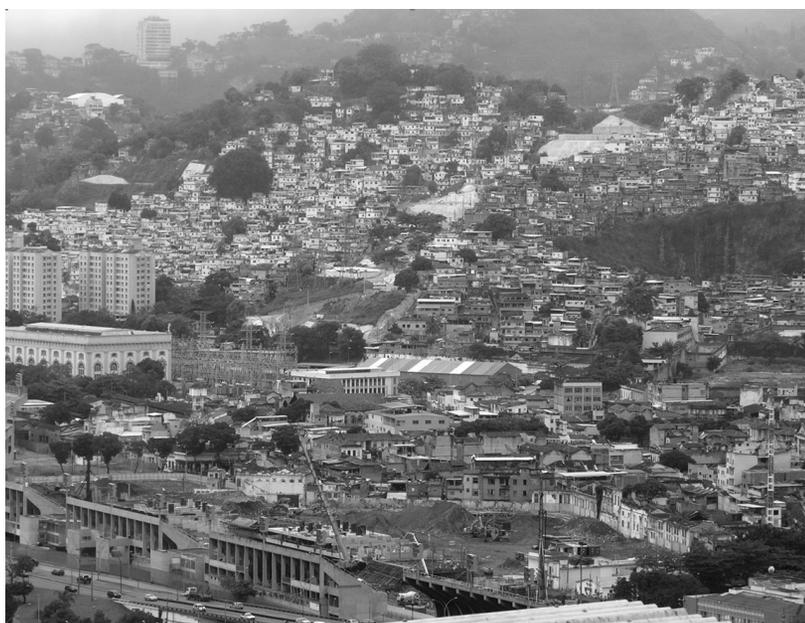
Figura 12.7: Cais do Valongo revitalizado.

Fonte: <http://www.cidadeolimpica.com.br/projetos/porto-maravilha/>

Para o setor do turismo, a zona portuária revitalizada representa novo espaço de exploração da atividade, pois a renovação da antiga área degradada da cidade, a partir da recuperação e construção de novos equipamentos culturais e também de infraestrutura necessária para receber turistas, afasta a péssima imagem que se tinha de parte do Centro da cidade do Rio de Janeiro. Essa área, vale recordar, gerava pouco interesse em visitação, seja porque era considerada “feia”, seja pela ideia de que era um local inseguro.

Nessa direção, a implementação de obras com a finalidade de melhorar ou “maquiar” o espaço, para promover fluidez do território, bem como de outras reformas, cujo objetivo é a melhoria de condições de uso (circulação, abastecimento de água, energia elétrica, coleta e destino do lixo, esgotamento sanitário, recuperação arquitetônica, refuncionalização de equipamentos portuários antigos etc.) dessa parte da cidade, são ações que correspondem a algumas estratégias do Estado no sentido de reinserir a área no contexto de reprodução do capital, na medida em que ela se torna nova região de moradias para a classe média e também local de empreendimentos comerciais, de negócios e, conseqüentemente, torna-se atrativa para o turismo.

Vale esclarecer que a zona portuária do Rio de Janeiro, por fazer parte da área de formação inicial da cidade, possui grande valor histórico. No entanto, por influência de décadas de abandono e pelo recrudescimento das atividades econômicas no local, também se degradaram as condições de vida de quem ali se instalou. No entorno do chamado Porto Maravilha, encontra-se instalada uma população bastante marginalizada socialmente, residindo em favelas e também na área de baixada mais próxima ao antigo porto.



Maria Jaqueline Elicher

Figura 12.8: Favela nos morros do entorno do projeto Porto Maravilha. Bairros onde acontecem remoções de residências.

Com o processo de revitalização, o solo urbano na região, tanto de uso comercial quanto residencial, foi se tornando mais caro e disputado pelos que dispõem de áreas de moradia desfavorecendo aqueles que têm sido obrigados a buscar outras áreas para residir, em geral localizadas na periferia da cidade.

Esse movimento é o que reconhecemos como gentrificação, no qual se cria uma nova estética na cidade, por pressões de remodelação urbana, e os antigos ocupantes são impossibilitados de

Entenda o fenômeno da gentrificação

O termo gentrificação, originalmente, foi definido por Glass (1964) como aquele que promove a qualidade dos espaços urbanos centrais para o desenvolvimento residencial. Isso implicaria pensarmos que os espaços urbanos são recuperados ou melhorados para atender às necessidades da população em geral.

No entanto, quando analisamos o contexto dos projetos de revitalização de antigos centros urbanos degradados, a fim de qualificá-los para novas investidas do capital, entre elas, reinseri-los nos circuitos do turismo, entendemos que o desenvolvimento residencial se restringe a atender demandas específicas desses setores, mesmo que, na outra ponta do processo, isso gere mais qualidade nos espaços da moradia, por exemplo.

Contudo, a melhoria nas condições de moradia ocorre pela valorização do solo que, em grande medida, produz um incentivo à homogeneização de classe nesses espaços da cidade, ao atrair uma gama de moradores socialmente privilegiados, grupos e indivíduos que buscam, especialmente, melhores condições de vida e de serviços urbanos e outros espaços de consumo, que incluam a mercadoria cultural.

Os velhos centros históricos se convertem em atrativos e em espaços-espetáculos para o turismo, quando conferido a eles um valor econômico agregado, derivado, sobretudo, da simbologia histórico-cultural que representam. Conforme ressalta Robira (2006), o centro histórico continuou se transformando, mesmo quando deixou de ser toda a cidade para converter-se apenas em um fragmento de espaço. Hoje, os espaços urbanos antigos chegam a ser a única concretude material do passado, a única referência facilmente visível e acessível a todo cidadão, mesmo que esse espaço componha planos de revitalização urbana, como é o caso do Porto Maravilha, onde não se pretende apenas manter o que há de histórico, mas construir formas, ao mesmo tempo em que se refuncionalizam as antigas.

Ao se apropriar dessa simbologia cultural para transformá-la em atrativo, o turismo se reproduz sobre os novos efeitos produzidos no espaço da nova cidade, contribuindo como agente indutor do encarecimento da vida, já que áreas consideradas turísticas possuem serviços mais caros, entre eles a moradia.

A priori, parece impossível compatibilizar a presença e a manutenção dos grupos sociais instalados nos locais revitalizados até o momento, pois, segundo Sanchez (2007), algumas experiências de renovação urbana têm promovido mais a gentrificação, que visa à valorização de capitais privados e à especulação imobiliária, do que a inclusão social e a melhoria das condições de vida dos que atualmente ocupam essas regiões.

Em nossa maneira de entender, a gentrificação acaba por configurar uma nova estética da cidade, que passa, primeiramente, por um processo de limpeza do espaço, pois sabe-se que, no Brasil, ou em qualquer lugar do mundo, a proximidade da população de baixa renda seja talvez o maior fator de desvalorização dos imóveis ou dos atrativos do turismo, daí a necessidade de a cidade empreendedora “limpar” os espaços considerados feios, sujos e ineficientemente ocupados a fim de (re)valorizá-los para o mercado, mesmo que, em alguns casos, a própria pobreza transforme-se no atrativo.

Assim, o projeto Porto Maravilha parece repetir os últimos grandes projetos de remodelação de zonas portuárias no mundo e reforçar a configuração social delas e os padrões de urbanização atual. As grandes cidades do globo, hoje, sobretudo aquelas que se tornaram sedes de grandes eventos esportivo-culturais e que se fortaleceram como atrativos turísticos internacionais, tornaram-se “cidades genéricas”, principalmente no que se refere aos impactos dessas ações na vida dos menos favorecidos, aqueles que certamente não consomem o turismo.

Todas essas constatações nos levam a refletir sobre o fato de que o turismo, como atividade capitalista, impulsiona a revitalização do espaço urbano na perspectiva da sua mercantilização, mas contribui para gerar, de outro lado, a higienização do espaço, que não implica a remoção dos bolsões de pobreza, mas

a expulsão natural dessas populações, na medida em que a sua manutenção se torna inviável.

Conclusão

No processo de construção e (re)construção do espaço para a (re)produção do capital em escala ampliada, tendo como aporte o turismo, a (re)vitalização de espaços antigos e degradados, em particular a de centros históricos de grandes cidades, acontece de forma estratégica, por meio da transformação da cidade em espaço empreendedor.

A cidade empreendedora, nesse sentido, precisa “limpar” os espaços considerados feios, sujos, ineficientemente ocupados e (re)valorizá-los para o mercado, embora não elimine todos esses elementos, já que muitos deles, “resíduos” históricos, podem se tornar pontos de alavancagem que garantam a originalidade, a raiz, a identidade nos projetos de revitalização urbana, e se tornem importantes atrativos turísticos.

Às populações presentes ali, invisíveis aos olhos da cidade, escondidas nos cortiços e favelas, caberá buscar outros lugares para moradia, na periferia da cidade ou em outras zonas também marginalizadas. Esse é o processo que se apresenta em curso na zona portuária do Rio de Janeiro, área que compreende os interesses do projeto Porto Maravilha.



Atividade final

Atende aos Objetivos 1 e 2

Consulte o *site* <http://www.portomaravilha.com.br/>, no qual se encontram todos os detalhes de implementação do projeto Porto Maravilha da zona portuária do Rio de Janeiro. Busque conhecer um pouco mais o projeto de revitalização urbana que transformará essa área da cidade, escolha um aspecto ou notícia que possa se relacionar com o tema discutido nesta aula e aponte em que medida o turismo aparece como atividade ativa na busca do desenvolvimento da cidade.

13

Ecoturismo como atividade alternativa ao turismo de massa: o exemplo do Parque da Catacumba - RJ

*Maria Jaqueline Elicher
Telma Bassetti Santos*

Metas da aula

Apresentar o turismo de massa e o ecoturismo como atividades alternativas, e sua relação com o turismo de base sustentável, levando em consideração os aspectos contraditórios que norteiam a ideia de sustentabilidade.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 analisar o surgimento do turismo de massa e suas consequências;
- 2 reconhecer o que seja ecoturismo;
- 3 identificar os aspectos ideológicos presentes nos projetos turísticos, levando em consideração a ideia de sustentabilidade em parques naturais.

Introdução

Esta é uma aula importante, cujo tema, o ecoturismo, aparece como atividade turística assentada em um desenvolvimento que se propõe sustentável. No entanto, algumas contradições estão no bojo desse discurso, e precisamos estar atentos para não incorrer em equívocos no processo de implantação da atividade como aporte ao desenvolvimento.

A experiência que acompanharemos nesta aula se organiza num parque natural urbano, com características muito próprias no que se refere à organização do ecoturismo. Neste espaço, estão postas as contradições que envolvem a atividade turística, já que o parque se localiza na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro, uma área nobre, e que, de certa forma, não se inclui nos roteiros de turismo de massa, haja vista as condições socioeconômicas necessárias para acessá-lo.

É o que veremos adiante!

Você sabe como surgiu o turismo de massa?

O turismo, inicialmente, estava relacionado às práticas de lazer, mas o deslocamento de pessoas sempre existiu, independentemente das motivações. As viagens se intensificaram com a expansão mercantilista nos séculos XV e XVI, e as motivações que regiam estas viagens eram as conquistas de terras, as possibilidades de riquezas, a ampliação de poder proveniente destas conquistas. No século XVIII, as viagens carregavam em si outros significados; as motivações já não eram a busca por mercados e terras.

Segundo Jonh Urry (1996), na Europa, as viagens para os lugarejos localizados à beira-mar eram atividades comuns para os grupos socialmente dominantes, pois somente eles tinham condições de adquirir ou alugar casas nestes balneários, além de possuírem os meios de transporte necessários para se deslocar. Com a conquista trabalhista das férias, as viagens passaram a ser uma necessidade dos indivíduos que precisavam de descan-

so para voltar a trabalhar, e era imprescindível que este descanso se realizasse longe do local de trabalho, logo, de sua moradia, e, sobretudo, das cidades. Para Jost Kippendorf (1989), a vida nas cidades estava embebida pelo trabalho e não oferecia lazer suficiente para repor as energias, que eram todas dedicadas ao trabalho.



Thomas Cook e as primeiras viagens de turismo

Considera-se que o inglês Thomas Cook teria sido o pioneiro no turismo como atividade comercial. Ele foi um vendedor de bíblias que, em 1841, andou 15 milhas para um encontro de uma liga contra o alcoolismo em Leicester, Inglaterra, sendo esta considerada a primeira viagem em larga escala, ou de massa. Para outro encontro da liga, em Loughborough, ocorreu-lhe a ideia de alugar um trem para levar outros colegas. Juntou 570 pessoas, comprou e revendeu os bilhetes, configurando a primeira viagem agenciada. Em 1846, realizou uma viagem similar, de Londres a Glasgow, com 800 pessoas, utilizando os serviços de guias de turismo. As inovações de Cook marcaram a entrada do turismo na era industrial, no aspecto comercial. Numa Europa cada vez mais integrada por vias férreas, existia, entretanto, complexidade de tarifas e pouca variedade de meios de hospedagem, o que dificultava uma massificação da atividade. A partir deste momento, passa-se a utilizar o marketing para atrair clientes, conforme o cartaz da **Figura 13.1**, a seguir. Temos aí a intensificação do turismo massificado.

Fonte: Adaptado de http://pt.wikipedia.org/wiki/Thomas_Cook



Figura 13.1: Cartaz anunciando viagens de turismo.

Fonte: <http://nationalarchives.gov.uk/education/victorianbritain/happy/source5.htm>

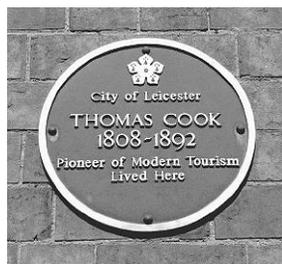


Figura 13. 2: Placa na casa onde viveu Thomas Cook – Leicester / Inglaterra.

Fonte: <http://nationalarchives.gov.uk/education/victorianbritain/happy/source5.htm>

Naquele momento, as viagens estavam associadas ao lazer, à fuga da rotina, do cotidiano e, principalmente, do trabalho. Dessa forma, o lazer, apropriado pela viagem e transformado em mercadoria, torna-se elemento de diferenciação social. Isso porque nem todos reúnem condições financeiras para realizar turismo, seja naquele tempo, seja nos dias de hoje.

As cidades cresciam com uma velocidade surpreendente. Com isso, houve, concomitantemente, melhoria e expansão dos meios de transporte, com as ferrovias, em 1830, segundo Urry. Para o autor, a viagem sempre esteve à disposição da elite e era indicativo de *status* social,

no entanto, na segunda metade do século XIX, ocorreu um amplo desenvolvimento da viagem por trem [...] mais tarde, no século XX, o carro e o avião democratizaram ainda mais o deslocamento geográfico (1996, p. 34).

Essa melhoria facilitou o acesso às viagens pela grande massa de trabalhadores, mas não para a democratização das viagens, como sugere Urry; isso porque as vias de acesso e os meios de transportes eram pontuais; as viagens para o litoral se concentravam num único destino, ou seja, para o mesmo balneário. Nem todos os balneários eram acessíveis à classe trabalhadora; por isso, eles frequentavam o mesmo balneário por bastante tempo. Dadas as circunstâncias, nada mais previsível do que o esgotamento do lugar pelo uso e consumo exacerbados.

Só mais tarde, no final do século XIX, com o grande fluxo sazonal para os mesmos balneários, é que as companhias ferroviárias perceberam que o transporte de pessoas se tratava de um negócio particularmente lucrativo, pois, até então, só faziam transporte de mercadorias; e ampliaram esse acesso a outros balneários. Como desdobramento, originou-se o chamado turismo de massa.

Rita de Cássia Ariza da Cruz diz que

a necessidade de fazer turismo é colocada como prioridade nas sociedades industrializadas deste fim de século, conduzindo à falsa sensação de que todos têm condições materiais de fazê-lo, quando, na verdade, sabe-se que grande parte da população mundial sequer consegue satisfazer suas necessidades básicas de alimentação (1997, p. 210).



Turismo de massa

Depois de se tornar acessível à grande maioria das classes sociais no mundo, o turismo se tornou uma modalidade massificada e, por isso, considerada de alto impacto. Trata-se do que alguns definem como uma “fábrica” de consumidores em série, cujos passos são totalmente guiados pelos agentes do mercado. Segundo Moesch (2000, p. 22),

[...] o longe não mais existe; o estranho mimetiza-se, a aventura e a descoberta da viagem transformam-se em um pacote comercial, planejado, vivido antes do tempo. Sabe-se o que vai acontecer antes de percorrer os roteiros. A descoberta da terra estranha reduziu-se ao poder aquisitivo. O turismo precisa ser reinventado, precisa redescobrir-se com inteligibilidade, que deve dinamizar criativamente a fruição. Para tanto, é indispensável superar a simples visibilidade decorativa e esteticizante da terra estranha como cartão-postal, para propor a descoberta que, sem planos, envolverá o turista na sua capacidade de encontrar alternativas a conhecer o que é estranho, a fim de também conhecer a si mesmo [...].

O turismo de massa também foi associado ao fordismo, pelo consumo padronizado de seus produtos. Daí, o surgimento de “pacotes” turísticos em que o lugar, os serviços, a cultura, o

ambiente e o imaginário de lazer ideal eram vendidos como mercadoria para consumo turístico. Nos dias de hoje, as viagens são padronizadas e o turista, antes de se deslocar, já sabe o que verá no local a ser visitado. A cidade da visita é recortada e vendida ao consumidor que, em pouco tempo, visita o máximo de recortes que um destino pode oferecer, numa tentativa de ver o todo através das partes, exatamente como são vendidos e consumidos os chamados polos de atrativos turísticos.



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. O turismo de massa se caracteriza por uma atividade que destrói os lugares que são visitados, porque o espaço sociogeográfico é limitado e, na maioria das vezes, não comporta a capacidade de visitantes, pois os bens sociais, culturais e naturais se tornam saturados. Observe a imagem a seguir e aponte algumas características do chamado turismo de massa e suas consequências.



Figura 13.3: Carnaval de rua no Rio de Janeiro.
Fonte: <http://www.ceert.org.br>

Precisaríamos de mais tempo para uma definição mais precisa sobre o ecoturismo. Por hora, é importante considerar que essa atividade ganha importância neste momento, pois sua ênfase de atuação recai na vivência turística em ambientes de rica paisagem, a partir da premissa de preservação da natureza, somada ao discurso ideológico de que o homem busca, no campo, o contato com esta, que já não existe mais nos espaços urbanos, senão em espaços elitizados.

O ecoturismo é uma atividade que, teoricamente, prioriza a conservação do espaço natural e tem como elementos básicos de orientação os seguintes princípios:

1. uso sustentável dos recursos;
2. revitalização das economias locais;
3. qualidade de projetos e de gestão;
4. integração da população local;
5. desenvolvimento planejado e controlado, implicando a não massificação, o baixo impacto e a sustentabilidade.

A atividade, proeminente nos países de primeiro mundo, nos anos 1950 e 1960, tem crescido consideravelmente nos países da faixa tropical, a exemplo do Brasil. Para Pires (2002), o ecoturismo

despontou justamente no espectro de alternativas ao turismo de massa, incorporando naturalmente em sua concepção todos os princípios do turismo alternativo e adquirindo identificação própria ao buscar na natureza sua fonte maior de inspiração (PIRES, 2002, p. 63).

A demanda de uso público das **unidades de conservação**, via experiências ecoturísticas, pode viabilizar a conservação e o manejo dessas áreas, pois o retorno financeiro tende a proporcionar o financiamento de atividades necessárias à sua manutenção e ainda pode ser instrumento eficaz no aumento da sensibilidade pública pela causa ambiental, já que ecoturismo e ambientalismo possuem uma mútua influência, à medida que a repercussão das ações próprias do ambientalismo potencializa as do ecoturismo

Unidade de Conservação (UC)

Espaço de território com características naturais relevantes e limites definidos, instituído pelo Poder Público para garantir a proteção e conservação dessas características naturais. Existem unidades de conservação de proteção integral, garantindo a preservação total da natureza, e de uso sustentável, que permitem seu uso controlado. A criação de Unidades de Conservação pelo Poder Público, como espaço especialmente protegido, tem respaldo na Constituição Federal (artigo 225, parágrafo 1º, inciso III), na Lei 6.938, de 31/08/1981 (inciso VI), e ainda é objeto de uma lei específica: a Lei 9.985, de 18/07/2000, dita Lei do Sistema Nacional de Unidades de Conservação - SNUC, regulamentada pelo decreto 4.340, de 22/08/2002.

Fonte: Ministério do Meio Ambiente

e vice-versa. Inúmeros programas e projetos, em várias partes do mundo, de órgãos governamentais, ongs, comunidades das mais diversas, têm adotado o ecoturismo como alternativa sustentável para a proteção de recursos naturais e para a geração de benefícios sociais e econômicos (PIRES, 2002).

É preciso considerar, no entanto, que, embora o ecoturismo sugira, em sua definição, as bases para o uso sustentável dos recursos, na prática, nem sempre é assim que acontece. Yázigi (2003) já nos alertava sobre esse perigo, quando ressaltou que o prefixo “eco” traz consigo o discurso ideológico contido no desenvolvimento que se propõe sustentável. O ecoturismo foi considerado por Yázigi (2003), já nessa data, como sendo uma doce ilusão. Isso porque foi uma atividade criada a partir da questão ambiental e, desde então, ingenuamente tratada como sendo a solução, ou alternativa, para o desenvolvimento a partir do uso turístico, ao mesmo tempo em que o preserva. Trata-se de uma contradição intrínseca ao conceito de desenvolvimento sustentável – assunto que trataremos a seguir.

A crise ambiental em pauta

A *questão ambiental* emergiu após a Segunda Guerra Mundial, promovendo importantes mudanças na visão do mundo contemporâneo. A crise ambiental global é, sem dúvida, produto do modelo de desenvolvimento capitalista, que tem como base a busca incessante do lucro e o estímulo ao consumismo, resultando numa relação predatória com o ambiente.

De acordo com Porto-Gonçalves (2006), a sociedade ocidental estabeleceu uma relação de mercantilização da natureza, subordinando-a à lógica de acumulação capitalista, o que é fruto de uma concepção ideológica característica da modernidade que separa o homem da natureza e imprime uma relação utilitarista com o meio. O resultado dessa crise ambiental é o aparecimento de problemas, dentre os quais, podemos citar o esgotamento dos recursos naturais e os problemas urbanos decorrentes da

degradação ambiental, que influem na queda de qualidade de vida das populações que vivem nas cidades.

A crise ambiental veio questionar a racionalidade e os paradigmas teóricos que impulsionaram e legitimaram o crescimento econômico. A sustentabilidade ecológica aparece assim como um critério normativo para a reconstrução da ordem econômica, como uma condição para a sobrevivência humana e um suporte para chegar a um desenvolvimento duradouro, questionando as próprias bases da produção (LEFF, 2001).

Em poucas décadas, a crise ambiental passou a ser administrada pelos setores mais interessados do capitalismo mundial, que a tornaram uma questão política global. Os exemplos mais contundentes dessa transformação numa questão de ordem política mundial são as duas conferências organizadas pela ONU, em Estocolmo e no Rio de Janeiro, respectivamente em 1972 e 1992. O desdobramento resultante da Rio-92, a mais importante delas, foi um conjunto de políticas internacionais visando à conservação ambiental. Eventos estes que se desdobraram na **Conferência Rio+20**, realizada no Rio de Janeiro em 2012.

Rio+20

Assim ficou conhecida a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (CNUDS), conferência realizada entre os dias 13 e 22 de junho de 2012 na cidade do Rio de Janeiro, com o objetivo de discutir sobre a renovação do compromisso político com o desenvolvimento sustentável. Considerada o maior evento já realizado pela Nações Unidas, a Rio+20 contou com a participação de chefes de estado de 190 nações, que propuseram mudanças, sobretudo, no modo como estão sendo usados os recursos naturais do planeta. Além de questões ambientais, foram discutidos, durante a CNUDS, aspectos relacionados a questões sociais, como a falta de moradia e outros.

Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Rio%2B20>



Figura 13.4: Conferência de Estocolmo – 1972.

Fonte: <http://www.institutoecofaxina.org.br>



Figura 13.5: Convenção das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP-19), Varsóvia - Polônia, 2013.

[http://www.cetesb.sp.gov.br/proclima/negociacoes-internacionais/421-cop-19/-cmp-9---warsaw--polonia-\(novembro-de-2013\)](http://www.cetesb.sp.gov.br/proclima/negociacoes-internacionais/421-cop-19/-cmp-9---warsaw--polonia-(novembro-de-2013))

Assim, verifica-se, nos últimos anos, uma transformação qualitativa no debate ambiental via, por exemplo, a atuação de Al Gore, símbolo do “capitalismo verde”, que propõe solucionar a crise ambiental a partir de ações individuais (“faça a sua parte”) e técnicas (nova matriz energética, reciclagens de matérias-primas, etc.). A *redenção técnica* para a crise ambiental visa, sobretudo, anular a crítica mais radical, que está na origem do debate ambiental acerca do caráter ambientalmente predatório do capitalismo. Esta falácia não rompe com a lógica de mercantilização da natureza; ao contrário, algumas das soluções propostas, vide privatização da água em nome de sua preservação, aprofundam a subordinação da natureza à lógica capitalista.

Ao nosso ver, trata-se de mais uma tentativa do capital de transformar em fonte de lucro novos produtos com características *ambientalmente corretas* e de impedir que se debatam, a fundo, mudanças estruturais. E o ecoturismo não parece fugir a essa regra, pois, como nova coqueluche do capitalismo mundial, hoje se dedica a vender produtos (paisagens) que carreguem o rótulo “natureza”, de forma desenfreada e desmedida. O prefixo “eco” parece, ainda, legitimar esta ação.



Figura 13.6: Prática de ecoturismo no Parque Nacional do Iguaçu.

Fonte: www.turismo.pr.gov.br

O debate proposto acerca da crise ambiental precisa abarcar a discussão sobre a relação homem/natureza, dentro das especificidades culturais e ambientais inerentes a cada grupo social, pois, como aponta Porto-Gonçalves (2004), cada povo e cultura constrói o seu conceito de natureza, ao mesmo tempo em que instituem suas relações sociais. Isto implica entender que a natureza, na medida em que é apropriada pelo homem via tecnologia, sofre um processo de instrumentalização, incorporando uma dimensão de desnaturalização (SANTOS, 1996).

Desde a criação do Relatório Brundtland ou Nosso Futuro Comum (1987), que a comunidade internacional vem se mostrando preocupada com os rumos que os usos dos recursos naturais vêm tomando. A maior preocupação se refere às grandes áreas ainda pouco exploradas dos países do Terceiro Mundo, os grandes detentores da biodiversidade planetária.

Mesmo que de forma bastante comprometida, este documento serviu para chamar a atenção global para os problemas ambientais e suas consequências futuras, suscitando o debate sobre a sustentabilidade. Leff (2006) aponta os questionamentos do documento como parte da racionalidade e dos paradigmas teóricos que impulsionaram e legitimaram o crescimento econômico, negando-se a natureza; e que traz na sua essência uma ambivalência, na medida em que incorpora as condições ecológicas do processo econômico do tipo que atende à renovação da natu-

reza (a diminuição dos contaminantes e a dispersão de dejetos, por exemplo), sem romper com a durabilidade e a permanência do progresso econômico.

A sustentabilidade, proposta do Relatório Brundtland, não é novidade no debate sobre o turismo e sua inserção no mundo atual, já que o fenômeno se incorpora de uma dupla racionalidade: ao mesmo tempo em que busca se fortalecer como uma atividade econômica organizada, que tem sido visualizada na contemporaneidade como um importante instrumento de desenvolvimento de localidades, regiões, países, em razão da geração de emprego e renda, se depara com sua própria essência, que é potencialmente destrutiva, vide ser promotora da destruição de recursos naturais, geradora de poluição ambiental e de descaracterização sociocultural (CORRÊA ET AL., 2009, p. 9).

Cruz (2002) afirma que a importância do turismo reside menos nas estatísticas que mostram, parcialmente, seu significado e mais na sua incontestável capacidade de organizar sociedades inteiras e de condicionar o (re)ordenamento de territórios para a sua realização, já que, desde seu surgimento, deixa, paulatinamente, de ser um usuário passivo para se tornar mais um agente condicionador desse (re)ordenamento.

Por isso, a crescente importância do turismo é causa e consequência de sua ampliada necessidade de intervenção espacial. Para que possa acontecer, é preciso a criação de um sistema de objetos. No entanto, o conjunto resultante da sobreposição destes com um sistema de ações requeridas pelo uso turístico do espaço (SANTOS, 1996 e 1997) a transforma em uma atividade de caráter essencialmente predatório.

O caso do ecoturismo no Parque da Catacumba, Rio de Janeiro

Escolhemos um estudo de caso para ilustrar a problemática que cerca esta aula, a saber, a possibilidade de se pensar o ecoturismo como alternativa para o turismo de massa. Trata-se do Parque Natural Municipal da Catacumba, situado na avenida Epitácio Pessoa, na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro (RJ), Brasil. O parque foi criado em 1979, através do Decreto Municipal 1.967, de 19/01/1979, e está sob a tutela da Secretaria Municipal de Meio Ambiente – MA/CR.



Figura 13.7: Esculturas no Parque da Catacumba.



Figura 13.8: Vista do Parque da Catacumba – Rio de Janeiro.

Fonte: <http://www.instituacuambiental.org.br/Parques/catacumba.htm>

O parque ocupa a área de uma antiga favela, que foi removida na década de 1960 pelo então governador do estado da Guanabara, Carlos Lacerda. A remoção fazia parte de um projeto maior de “reorganização” do espaço urbano, que visava remover habitantes de favelas existentes em áreas centrais (e nobres) da capital, para conjuntos habitacionais localizados em áreas periféricas, como Vila Kennedy e Cidade de Deus.

Hoje, o solo urbano da área está resignificado. A região está entre as de IPTUs mais caros da cidade, e a presença do parque, uma parcela considerável de área verde de preservação, incrustada ali, é um componente a mais na valorização fundiária do bairro.

No final da década de 1990, a administração do parque realizou um convênio com a UniverCidade/FPJ (instituição universitária privada da cidade do Rio de Janeiro), no intuito de abrir e sinalizar as trilhas e mantê-las adequadas para a visitação. Em 2001, a gestão do parque passou a ser vinculada à Secretaria Municipal de Meio Ambiente, pela definição jurídica, que define a área na PAL 34.548 como “um parque de esculturas ao ar livre, onde predomina o uso cultural e de lazer”.



Figura 13.9: Ponte de pedra no caminho das trilhas do Parque da Catacumba.

Fonte: Maria Jaqueline Elicher

A área da antiga favela recebeu um projeto de recuperação da vegetação de encosta e também um projeto paisagístico/arquitetônico. A população que acessa o parque tem, em geral, alto poder aquisitivo e desfruta agora de um lazer incrementado, proporcionado pela instalação de uma empresa privada que ganhou os direitos de uso (via licitação) de uma determinada área do parque, para instalações destinadas ao ecoturismo e ao turismo de aventura, e oferece atividades de arvorismo, muros de escalada, rapel, tirolesa, caminhadas na mata com guias especializados e festas de aniversário com a temática ambiental, para além do ecoturismo.



Figura 13.10: Atividades de ecoturismo no Parque da Catacumba. Atividade privada.

Fonte: <http://www.rio.rj.gov.br/web/portaldoservidor/exibeconteudo?id=4680714>

O caso do Parque da Catacumba é emblemático em nossa análise, pois integra a gama de elementos que se encerra no debate ora proposto. Área de preservação ambiental em espaço urbano, altamente valorizado, com atividades de lazer para o residente e turísticas para o visitante.

É importante lembrar que o objetivo de toda e qualquer empresa privada é o de auferir lucros, mas, nesse caso, a relação de uso do espaço com a conotação econômica ganha uma complexidade maior, pois o agente privado precisa fazer de seu negócio uma atividade rentável, ao passo que deve exercer um uso racional e equilibrado do patrimônio natural, incentivando a conservação da natureza. Afinal, o visitante-consumidor precisará entender que não se trata de um mero produto turístico,

mas aquele que se encontra instalado numa área de fragilidade ambiental, com a conotação da preservação.

Os ecólogos salientam a importância de se estudar a cidade como um espaço fundamental na reestruturação dos usos do solo. Nesse sentido, as áreas protegidas têm sido estratégias importantes para a conservação da biodiversidade e para o aumento da qualidade de vida dos habitantes urbanos. Na legislação brasileira, são previstas, através da Lei do Sistema Nacional de Unidades de Conservação/SNUC (Lei 9.985/2000), duas categorias de Unidades de Conservação: as de Uso Sustentável e as de Proteção Integral. No ambiente urbano, as áreas verdes incorporam funções de lazer e de conservação de recursos naturais.

A gestão faz toda a diferença nessa caminhada, pois é preciso administrar os recursos naturais de forma inteligente e participativa, para que atendam aos anseios sustentáveis, via uma política de uso racional dos recursos. Um modelo sustentável de gestão garante a continuidade do processo econômico, assim como da conservação dos recursos para o usufruto da sociedade, de forma ampla e irrestrita, e não apenas das elites, dos mais privilegiados, moradores das áreas nobres das cidades, caso do nosso objeto de análise.

Parcerias entre agentes públicos e privados têm sido apontadas, principalmente por setores representantes dos interesses capitalistas, como capazes de potencializar essa relação, como se tem acompanhado atualmente em várias áreas de conservação ambiental do país e do mundo. Segundo esse discurso, o ecoturismo fica *potencializado* na medida em que a empresa privada de turismo de aventura acaba atraindo o público que se mantém à parte desse espaço, por pura falta de conhecimento .

A nosso ver, o crescimento dessas parcerias mostra que o que se privilegia é, mais uma vez, a relação de mercantilização da natureza, já que se aponta que apenas a empresa privada tem a capacidade e a eficiência para capitanear o visitante, eximindo o Estado da sua função de protetor e gestor dos recursos naturais, e permitindo que se expanda a aceitação de que mesmo os bens naturais comuns devem ser objeto de privatização.

O ecoturismo pode ser, sim, o caminho, desde que sua prática envolva amplamente as comunidades locais e promova a fixação destas. Mas, como bem nos alerta Pires (2002), a existência do componente sociocultural e suas implicações socioeconômicas expõe a complexidade da gestão preservacionista, pois, até então, esta gestão era estruturada sob a lógica ecologista da sublimação da natureza.

As políticas públicas precisam cumprir esse papel. O governo brasileiro, por exemplo, tem mostrado ações que apontam para esse caminho. É o que aparentemente mostra a elaboração dos Planos Nacionais do Turismo, que “procuram traduzir uma concepção de desenvolvimento que, além do crescimento, busca a desconcentração da renda por meio da regionalização, interiorização e segmentação da atividade turística” (BRASIL, 1994, p. 7).

O Programa Turismo nos Parques, criado em 2008, foca a expansão do ecoturismo como forma de integração das populações adjacentes às áreas de proteção e de entorno. Muitos exemplos, mundo afora, mostram que as receitas geradas para a proteção e a manutenção de Unidades de Conservação têm sido progressivamente provenientes de ingressos com taxas obtidas por meio do ecoturismo, daí o crescimento do interesse público.

A presença da iniciativa privada em áreas de conservação surge como uma possibilidade ofertada pelos setores econômicos interessados, frente à incapacidade que o poder público tem mostrado de dar conta dessa tarefa, já que a empresa assume, além da prestação do serviço turístico, a criação de alternativas de formação do visitante quanto ao uso/interação mais consciente do parque, com atividades pautadas na educação ambiental. A promessa é a de que os recursos financeiros provenientes da ação privada podem ser revertidos para a gestão pública dessas áreas, no que tange a investimentos em infraestrutura, pessoal de apoio e preparo de educadores ambientais.

Mas, por outro lado, a opção por criar parcerias pode não atender aos interesses da sociedade de maneira geral. Isso porque, ao permitir investimentos privados em locais antes impro-

váveis (de caráter público), o poder público nem sempre é capaz de fazer frente às pressões da necessidade de expansão de atividades econômicas altamente lucrativas, como tem se configurado a do turismo de aventura. Afinal, o capital carrega em sua essência a busca do lucro e, para atingir esse objetivo, busca, também, diferentes estratégias. Uma delas é a de *protetor do meio ambiente*, a partir do ecoturismo. É preciso considerar que o ecoturismo também pode ser considerado, em alguns casos, como uma atividade de turismo de massa. Isso porque, legitimado pelo prefixo “eco”, o ecoturista teria, *a priori* e ideologicamente, um maior preparo para se comportar em ambientes naturais. No entanto, o impacto de suas ações sobre o meio é relativamente mais alto, se considerarmos o volume de visitantes frente à capacidade de carga dos ambientes naturais, transformados em atrativos turísticos de lazer ou aventura. A pretensa “formação ecológica” não garante uma atividade pouco impactante, pois é preciso considerar o aumento do volume.

É o que podemos verificar no Parque da Catacumba. Até a instalação da empresa, o parque recebia de 50 a 70 pessoas durante os finais de semana. Grupos e famílias que faziam a triilha que leva ao topo do morro praticavam caminhadas leves na área baixa do parque, passeios contemplativos ou realizavam pequenas festas de aniversário nas dependências reservadas para esse fim. Em alguns finais de semana, após a veiculação na mídia carioca da inauguração de instalação da empresa e de suas atividades, o parque recebeu em torno de 450 pessoas (dados que foram fornecidos pelo administrador do parque na época).

A nosso ver, mais do que pensar na capacidade de carga dos ambientes, impõe-se aí uma discussão que não deve fugir aos pesquisadores que buscam criar uma visão crítica e mais ampla sobre o chamado mercado turístico de natureza. É preciso questionar sobre a possibilidade de conciliar objetivos e propostas com essências tão distintas. E, ainda, se o ecoturismo se configura efetivamente como alternativa ao turismo de mas-

sa ou se trata de uma apropriação mercadológica da natureza, preconizando-se, de maneira ideológica, de uma vertente de sustentabilidade.

Conclusão

A gestão dos recursos naturais precisa ser de fato uma questão de prioridade pública, pois nos parece que para se construir um modelo ambiental sustentável, interesses de ordem antagonica não podem estar presentes, como nos parece apontar a gestão via parceria público-privada, vide os interesses econômicos privatistas. Nessa mesma direção, é preciso considerar, também, que turismo é, ao mesmo tempo e contraditoriamente, uma atividade econômica e uma prática social. Assim, em sua essência, como atividade econômica, traz consigo as contradições e força do sistema de mercado capitalista.

A questão requer a construção de um modelo que privilegie o caráter participativo no que concerne à gestão dos recursos naturais públicos. A comunidade/sociedade deve estar presente, ajudando a construir um modelo que não tenha como ideia central a transformação dos recursos em bens-objetos de privatização econômica, mas sim que privilegie o acesso e a preservação à/da natureza via expansão da consciência social sobre o seu papel na preservação dos recursos. Propomos a construção e a ampliação de parcerias *público-pública*, em que Estado e sociedade sejam atuantes na construção do melhor modelo de uso dos recursos naturais disponíveis.

Concordamos que o ecoturismo pode efetivamente ser potencializado por ações de estímulo às atividades turísticas em áreas de conservação, mas esta tarefa não pode estar a cargo de empresas privadas, porque tal medida significa contribuir para que se ampliem as contradições inerentes ao processo de mercantilização da natureza, presente nas sociedades humanas desde a sua industrialização, mesmo que empresas dessa categoria estejam aparentemente imbuídas de *boas intenções*.

As potencialidades, contradições e limites do ecoturismo como atividade econômica capaz de proporcionar lazer e conservação dos recursos naturais urbanos apontadas neste texto, nos mostram que só há possibilidade de sucesso nesta empreitada mediante uma gestão de caráter eminentemente público e participativo, onde o Estado assuma efetivamente o papel de gerenciador das relações de preservação e uso dos recursos. O sucesso desta gestão pode proporcionar um turismo democrático que, ao mesmo tempo em que cumpra com sua função de lazer, tão necessária pelo efeito desestressante no cotidiano urbano, proporcione a manutenção dos recursos. E como desdobramento disso, seu uso turístico.

O turista precisará ser preparado para entender que a natureza não está à sua disposição, mas que pode haver uma relação mais harmoniosa entre os seus interesses e os interesses dela. Essa consciência só poderá ser atingida se o Estado promover educação ambiental nos níveis escolares básicos de massa, a fim de que se forme uma sociedade mais atuante e consciente. Ou, ainda, a partir da imposição de regras e limitações de uso desses espaços.



Atividade Final

Atende ao Objetivo 3

Identifique os aspectos ideológicos presentes no conceito de sustentabilidade, pensando a realização do ecoturismo em parques naturais.

Resposta Comentada

É preciso ter claro que o ecoturismo, como atividade econômica, apresenta potencialidades, contradições e limites, porque, além de proporcionar lazer e conservação dos recursos naturais, também pode ter sua exploração com um único objetivo: a obtenção do lucro. Nesse sentido, cabe promover uma gestão pública de caráter participativo, em que o Estado assuma efetivamente o papel de gerenciador das relações de preservação e uso dos recursos naturais.

Resumo

Nesta aula, trabalhamos sob a perspectiva do desenvolvimento do ecoturismo como uma atividade que apresenta contradições e limites, ao mesmo tempo em que se apresenta como alternativa ao turismo de massa, este último considerado altamente predatório para os recursos.

Além disso, encontramos, na alternativa do ecoturismo, um alto valor ideológico, já que a atividade possui duplo caráter: o da preservação da natureza e o da promoção do lazer e da exploração turística, visando ao lucro.

O Parque Municipal da Catacumba, na cidade do Rio de Janeiro, foi utilizado como caso para exemplificar de que maneira pode-se pensar no desenvolvimento do turismo de forma mais equilibrada e participativa. Ao mesmo tempo, nos traz um bom exemplo de que a atividade, dita alternativa, pode também apenas atender aos interesses de uma parcela mais privilegiada da sociedade, na medida em que se torna uma atividade elitizada; daí, seu forte aspecto ideológico.

14

Agroturismo como aporte ao desenvolvimento no espaço rural

*Maria Jaqueline Elicher
Telma Bassetti Santos*

Meta da aula

Apresentar as atividades turísticas em espaço rural, com especial atenção ao agroturismo.

Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1** reconhecer a multiplicidade de atividades turísticas que se desenvolvem no espaço rural;
- 2** analisar de que maneira o agroturismo poderia contribuir para o desenvolvimento do espaço rural.

Introdução

Na Aula 13, vimos que o ecoturismo é uma atividade turística que está fortemente associada ao conceito de desenvolvimento sustentável e, portanto, repleto de contradições. Vimos, também, que o ecoturismo pode se realizar em áreas de preservação localizadas no espaço urbano. Nesta aula, trataremos das especificidades das atividades turísticas que se desenvolvem no espaço rural, dentre elas, o ecoturismo, mas com especial atenção ao agroturismo como possibilidade de desenvolvimento para o espaço rural.

Você consegue entender como se deu o avanço do turismo no espaço rural? Não? Pois então, nesta aula, veremos como o agroturismo se apresenta como atividade possível para o desenvolvimento do espaço rural, levando em consideração suas especificidades teórico-práticas e as atividades que se desenvolvem no espaço rural em oposição ao espaço urbano, levando em consideração, obviamente, suas contradições.

Espaço e turismo

O turismo é caracterizado como um fenômeno econômico, político, social e cultural, dos mais expressivos das sociedades ditas pós-industriais. Movimenta, em nível mundial, um volume enorme de pessoas e de capital e, cada vez mais significativamente, cria e recria espaços diversificados. Para Remy Knafou (1999), o turismo é uma atividade cada vez mais difícil de ser avaliada, oscilando entre uma sub e uma supervalorização, que variam conforme a origem da avaliação e o interesse dos avaliadores.



Segundo dados da Embratur (2002), a permanência média do turista internacional no Brasil é de 14 dias, com gasto médio *per capita* dia de US\$ 86,17. Os principais países emissores são Argentina, Chile, Paraguai, Estados Unidos, Alemanha, Espanha, França, Inglaterra, Itália e Portugal.

Para o autor, subestimar o peso do turismo está relacionado apenas a pensá-lo a partir da utilização de equipamentos (transportes, hospedagens, restaurantes, etc.) cujo monopólio não lhe pertence; está relacionado, ainda, à frequente sazonalidade, que subentende da mão de obra itinerante, difícil de ser analisada, aos muitos trabalhos indiretos implícitos. Além disso, está também relacionado à opacidade fiscal e aos próprios turistas que, como qualquer população em movimento, são difíceis de ser contabilizados, embora existam estimativas de fluxos turísticos feitos pelas mais diferentes organizações públicas ou privadas.

Por outro lado, Knafou (1999) argumenta que os mesmos motivos mencionados podem ser a razão da supervalorização da atividade turística. Além destes, o autor justifica a supervalorização do turismo pela avaliação generosa da utilização turística dos instrumentos comuns (estradas, trens, aviões, hotéis, restaurantes, etc.) e, sobretudo,

porque as definições internacionais tendem a propor definições amplas, que englobam atividades que, fundamentalmente, não são do turismo, como, por exemplo, o “turismo de negócio”, que é a utilização, sob forma de lazer, de um aparelho principalmente turístico (1999, p. 63).

Adyr Balastreri Rodrigues (1999) alega que, em face da complexidade do turismo, esta atividade deve ser abordada em âmbito multidisciplinar, particularmente, pelo conjunto das ciências sociais, englobando, além dos aspectos histórico-geográficos, os aspectos econômicos, psicológicos, antropológicos e

jurídicos e, ainda, considerando os aspectos políticos, culturais, ecológicos, entre outros. Em outro trabalho, Rodrigues (1999) defende uma maior profundidade nos estudos do turismo a partir de uma visão sistematizada, conjunta e correlacionada aos campos científicos, evitando, contudo, que os estudos assumam características compartimentadas e limitadas a uma visão científica específica, podendo comprometer a visão de conjunto.

O turismo, em sua enorme complexidade, exerce incidências territoriais específicas nos espaços em que, direta ou indiretamente, estão relacionados a essa atividade. Rodrigues define a correlação do turismo com o espaço como

um fenômeno que apresenta áreas de dispersão (emissoras), áreas de deslocamento e áreas de atração (receptoras). É nessas áreas que se manifesta materialmente o espaço turístico ou se reformula o espaço anteriormente ocupado. É aqui também que se dá, de forma mais acentuada, o consumo do espaço (1999, p. 43).

Rodrigues (1999) argumenta que os espaços de vocação turística são facilmente identificados, a exemplo dos parques nacionais, já que, embora seja uma atividade intensamente explorada, o turismo não produziu esses lugares. Em contrapartida, existem espaços produzidos para e pelo turismo, apesar da ausência de vocação turística. E outros, ainda, que se comportam como polos emissores, exercendo papel de captação e distribuição da demanda turística.

Para facilitar o entendimento acerca do espaço turístico, Rodrigues (1999) inicia suas reflexões baseando-se no conceito de espaço utilizado por Milton Santos em seu livro intitulado *Espaço e método*. Santos (1985) propõe entender o espaço como um conjunto imbricado de objetos geográficos, naturais e artificiais, cujo grupamento é dado pela natureza e, às funções atribuídas a esses objetos, pela sociedade, a partir de seus usos. Desta forma, a essência do espaço é social.

Assim, segundo o olhar de Santos,

temos paralelamente, de um lado, um conjunto de objetos geográficos distribuídos sobre um território, sua configuração geográfica ou sua configuração espacial e a maneira como esses objetos se dão aos nossos olhos, na sua continuidade visível, isto é, a paisagem; de outro lado, o que dá vida a esses objetos, seu princípio ativo, isto é, todos os processos sociais representativos de uma sociedade em um dado momento (1985, p. 2).

Para Rodrigues (1999), os elementos que se encontram em ação e interação recíprocas, não podendo ser compreendidos separadamente e que, sumariamente, definem o espaço turístico são “oferta turística, demanda, serviços, transportes, infraestrutura, poder de decisão e de informação, sistema de promoção e de comercialização” (1999, p. 45). Para Arlete Moysés Rodrigues (1999), o turismo produz espaços delimitados e espacialmente destinados a consumos específicos, através do conjunto de serviços que passam a fluir neste mesmo espaço, agora mundializado e globalizado.

Moysés (1999) destaca que o perigo da apropriação da paisagem e da cultura transformadas em atrativos turísticos pelo marketing e redes de comunicação é a homogeneização dos espaços turísticos.



Homogeneização dos espaços turísticos

A homogeneização dos lugares pode dar origem ao que, atualmente, se conhece, em áreas variadas do conhecimento, como “não lugares”. Lugares que, em suma, perdem a identidade ou surgem a partir da ausência desta. Um bom exemplo são as cidades contemporâneas. Seguindo Marc Augé (2002), a cidade hoje convive com uma série de “riscos”: de uniformidade (semelhança entre espaços), extensão (generalização do urbano) e de implosão (guetização dos bairros). O seu crescimento, associado ao aumento de circulação, da comunicação e do consumo, implica cada vez mais a construção de “não lugares”: autoestradas, grandes supermercados, centros comerciais, aeroportos, etc.



Figura 14.1: O Dubai Mall é considerado o maior shopping-center do mundo, mas possui as mesmas características de qualquer outro localizado em qualquer outro lugar do mundo.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Centro_comercial

A autora alega que, na tentativa de agradar o turista e melhorar a qualidade dos serviços, muitos deles são adequados às necessidades de consumo dos turistas, correndo o risco de perder suas características intrínsecas, sua identidade, tornando comum o diferente que, inicialmente, serviu como atrativo.

Os novos espaços de turismo consomem-se, destruindo e produzindo, e são válidos tanto para os espaços rurais como urbanos. O turismo se alimenta do diferente e da criação progressiva de novas necessidades de consumo. Assim, vai-se ao campo para fugir da correria da cidade e da urbanização que insiste em oprimir o homem cidadão com preocupações e responsabilidades.

Para Rodrigues (1999), no momento atual, há uma dificuldade grande de definir o que é urbano, em contraposição ao que é rural. E esta dificuldade é agravada quando o fenômeno do turismo é abordado junto. Para a autora, a desestruturação dos processos produtivos e das relações sociais, que caracterizam a vida rural, aumenta à medida que as populações se concentram em espaços relativamente exíguos das cidades.

Essas características são substituídas por novas formas de divisão social e territorial do trabalho, nas esferas de produção, circulação e consumo.

[...] erigem-se novos valores, novas expectativas, novos estilos de vida, que incentivados e homogeneizados pela ação da *mass media* juntam-se aos efeitos das novas relações de trabalho – quase indistintas hoje, no mundo urbano e rural. Produz-se um padrão de comportamento, no qual já não faz sentido opor o mundo urbano ao mundo rural, em particular nos territórios marcados por fortes conteúdos de ciência e informação (RODRIGUES, 1999, p. 63).

Para Rodrigues (1999), esta é uma característica marcante nos novos territórios do turismo, mesmo para o ecoturismo e turismo em espaço rural, onde os padrões de consumo têm fortes cunhos urbanos. Para Santos,

o que distinguirá a região urbana da região agrícola não será mais a especialização funcional, mas a quantidade, a densidade e a multidimensão das relações mantidas sobre o espaço receptivo. A noção de oposição cidade-campo torna-se, desse modo, nuançada, para dar lugar à noção de complementaridade e seu exercício sobre uma porção do espaço (1985, p. 70).

Turismo e suas múltiplas modalidades

Dentre as várias modalidades de turismo, turistas em potencial e motivações que levam o indivíduo a deslocar-se estão o *agroturismo*, praticado no espaço rural, em que o turista interage com as atividades realizadas nas propriedades, integrando-se a elas; o *turismo de negócios*, definido pela necessidade de realizar negócios, transações comerciais, contatos com empresas, dentre outros; o *turismo de eventos*, que é a realização de feiras, congressos, fóruns e eventos em geral; o *ecoturismo*, traduzido pelas atividades esportivas radicais em que o homem interage com a natureza; e ainda o *turismo gay*, o *turismo de terceira idade*, o *turismo social*, etc.

Veja o boxe a seguir:



Tipologia do turismo

Segundo Adyr Balastrieri Rodrigues, a lista de tipologias do turismo se estende ao:

turismo de saúde, com destaque para o termalismo, que está sendo resgatado pela revalorização dos agentes naturais de cura; [...] turismo urbano, valorizando as potencialidades de pequenos núcleos urbanos, locais e regionais, isto sem considerar os grandes atrativos das principais capitais; [...] turismo religioso, modalidade que é alimentada de forma significativa pelas populações dos extratos E e D da população. [...] turismo para a juventude [...] turismo *single*; [...] turismo de deficientes físicos (1997, p. 61).



Figura 14.2: Turismo religioso na Terra Santa – Jerusalém. O Domo da Rocha e o Muro das Lamentações, locais sagrados para muçulmanos e judeus.

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Religi%C3%A3o_em_Israel#mediaviewer/File:Temple_Mount_Western_Wall_on_Shabbat_by_David_Shankbone.jpg

A infinidade de motivos capazes de levar o indivíduo a deslocar-se é apropriada pelo mercado e transformada em demandas turísticas. Para absorver essas demandas, as cidades se

especializam, através da utilização de seu ambiente natural ou da criação de espaços específicos, e competem com outras cidades na tentativa de atrair para si os fluxos financeiros provenientes desta atividade, como dissemos anteriormente.

Turismo rural: breve histórico

Das modalidades turísticas supracitadas, nosso foco de análise estará sobre o turismo que é realizado no espaço rural. O crescimento econômico no mundo ocidental foi caracterizado pelo aumento da população e da riqueza, fundamentado na disponibilidade essencialmente quantitativa de fatores de produção (recursos naturais, mão de obra, capital, tecnologia) ou nos efeitos da aglomeração da produção e da sua proximidade do mercado. Esse processo de industrialização, ocorrido nos países centrais, ocasionou a urbanização das cidades, tornando-as centro de atratividade para quem buscava nelas empregos, serviços de saúde, etc.

Segundo Carminda Cavaco (1999), à margem do processo de urbanização e crescimento das cidades ficavam questões como a qualidade da mão de obra, a capacidade dos empresários, as estruturas organizativas, as condições institucionais: políticas, sociais, culturais, psicológicas e ambientais. Da mesma maneira, os pontos negativos do próprio crescimento eram desconsiderados: externalização e socialização de custos (ambientais, de formação e, mais ainda, os grandes investimentos em criação de infraestruturas, equipamentos e serviços adequados). Para Cavaco (1999), à margem do processo de crescimento econômico, ficavam também as médias e pequenas empresas e unidades artesanais de produção de bens e serviços, dispersas territorialmente.

Nas regiões menos dotadas de fatores de produção, menos centrais e menos acessíveis e equipadas, acentuavam-se, conseqüentemente, as desigualdades, as oportunidades territoriais e os desequilíbrios espaciais. Segundo a autora, para estas regiões

não centrais, no que diz respeito à dotação de fatores de produção e em termos geográficos, não bastavam a livre circulação de bens e capitais e da força de trabalho, a redução dos custos de localização ou a perifericidade (infraestrutura e acessibilidade) e os custos sociais (níveis de salários), nem tampouco as ajudas, os subsídios e outros benefícios semelhantes às empresas e aos investidores. Para ela,

a consciência deste fato levou não só à concepção de estratégias de desenvolvimento local como ao alargar do conceito de desenvolvimento rural para lá do setor agrícola, tornando-se frequentes as referências a desenvolvimento endógeno (mobilização dos próprios recursos), ascendente (protagonismo dos agentes locais), autocentrado (centrado nas necessidades próprias das comunidades), sustentável, ecodesenvolvimento local, ou desenvolvimento alternativo (1999, p. 95).

Agustín Tavalera (2000) analisa o mesmo contexto histórico com um olhar turístico, evidenciando os fatos que corroboraram para o surgimento do espaço rural como novo atrativo turístico, em contraponto ao turismo de massa e às condições exaustivas de vida nas cidades. Para o autor,

a atividade turística é devedora de uma série de circunstâncias determinantes, tais como o momento do auge econômico e de reforço das identidades europeia e norte-americana vividos na década de 1950 (2000, p. 153).

Na visão de Tavalera (2000), a popularização das viagens, dos lazeres de férias com muito sol, areia e diversão nos balneários até então frequentados pela elite é produto das conquistas trabalhistas pelas férias remuneradas. O que se denominou como turismo de massas consolidou-se como um grande produto traduzido em negócio para alguns, empregos para muitos outros e mudanças para a maioria dos moradores das áreas turísticas.

Os locais turísticos consolidados e caracterizados como de massas, ou aqueles que iniciavam o desenvolvimento da atividade turística, acrescentavam a si mesmos ingredientes que, sem prevenção ou temor, os tornavam semelhantes entre si. Para Tavalera (2000), a consequência dessa competitividade progressiva foi uma busca e um desenvolvimento de novos e diferenciados produtos turísticos que pudessem ser aceitos pela forte demanda ocidental por lazer. Esses novos lugares deveriam se colocar como oposição à vida, ao cotidiano vivido nas cidade, marcado pelo trabalho excessivo.

Estes novos produtos deveriam ser caracterizados por sua oferta a um público reduzido, pelo menos aparentemente (para usar a expressão do autor), de maneira que fosse de qualidade, economicamente viável e, sobretudo, este produto não deveria pesar sobre os profundos efeitos causados pelos produtos anteriores que saturavam o mercado. A estagnação das áreas rurais, somada à oportunidade de criar nesses espaços um novo produto turístico, deu a essas áreas um novo ânimo.

Da mesma maneira que o mundo ocidental conheceu as múltiplas situações de crise econômica e social, conheceu também novas oportunidades criadas por sistemas de apoio oficiais e privados, pelas tecnologias de comunicação, marketing, produção, etc., para escapar dessas crises. De acordo com Cavaco (1999), é o caso das microrregiões na Comunidade Europeia, outrora desprovidas de recursos e serviços:

nestas condições, ganham força como objetivos da ação a criação de novas unidades de produção e de novas atividades, explorando oportunidades reais e promovendo o crescimento econômico e o emprego, bem como a modernização ou regeneração das atividades, infraestruturas e equipamentos, a simples salvaguarda da atividade persistente, como o pequeno comércio polivalente e as artes e ofícios tradicionais, criando, também, condições atraentes de transmissão a herdeiros, e ainda a proteção do meio ambiente, natural e humanizado (1999, p. 97).

A autora observa que igualmente importante nesta retomada do crescimento econômico é a utilização do capital humano (formação cultural), a difusão da informação, os estímulos de atração do investimento ou a criação dos serviços de apoio à população para além dos de apoio à produção. Nas palavras da autora,

as estratégias valorizam os aspectos global, holístico, integrado (horizontal e verticalmente), transetorial e sistemático, abrangendo todas as dimensões da vida econômica e social local e do espaço, e valorizam a parceria, com mobilização de vários atores e associações, incluindo agentes externos, portadores de recursos diversos (saber, criatividade, poder, capital ou facilidade de inserção no mercado) (1999, p. 97).

É preciso considerar que todo processo de desenvolvimento é a longo prazo e de sucesso incerto, sobretudo nos lugares em claro declínio e abandono. A autora aponta como obstáculo ao desenvolvimento com base local as dificuldades institucionais e locais, que variam desde a incompreensão do projeto pelos financiadores ou pelas autoridades centrais, a burocracia e subsequente lentidão nos processos de implementação até o conservadorismo dos atores e sua recusa quanto à necessária formação complementar.

Quanto às estratégias do desenvolvimento rural, Cavaco menciona a oposição entre o social e o econômico ou entre a rapidez e a qualidade que

o desenvolvimento local assenta na revitalização e diversificação da economia, capaz de fixar e atrair população, de ocupar a população potencialmente ativa, com êxito econômico, profissional e social, de valorizar produções, de renovar as habitações e as aldeias, de assegurar melhores condições de vida [...]. Combinam-se frequentemente propostas de valorização de produtos agrícolas – como produções de qualidade intrínseca, natural ou pelas condições de fabrico e transformação: biológicos, caseiros tradicionais, específicos, regionais e locais – com planos de desenvolvimento do artesanato e de atividades ligadas ao turismo

e à cultura – feiras e festas centradas em temas regionais e locais: produtos, trabalhos, tradições, jogos e cantares, comeres, sabores, cheiros... Em síntese, para lá do crescimento econômico, identificado com o aumento global de produção e de riqueza, importa o desenvolvimento, que é simultaneamente econômico e social e também territorial, e que envolve processos de mudança estrutural, produção social significativa, redistribuição mais equilibrada da riqueza, melhoria dos rendimentos, das condições de vida e das expectativas, sobretudo dos grupos sociais menos favorecidos (1999, p. 98).

O desenvolvimento das áreas rurais, a partir do turismo alternativo como contraponto ao turismo de massas, pressupõe a definição de novas funções para o espaço rural, para além do abastecimento alimentar das cidades. No Brasil, segundo Vilmar Faria (1986), a teoria do desenvolvimento dizia, das sociedades rurais, que a agricultura deveria liberar mão de obra para as cidades, deveria produzir alimentos para a cidade e consumir produtos da cidade, principalmente tecnologia.

Estas novas funções resultam nos usos múltiplos dos espaços através da diversificação das funções e atividades. Trata-se da pluriatividade da oferta turística, ilustrada como uma rede de ofertas em um mesmo território em que o próprio turista faz sua escolha de uso.

 **Atividade**

Atende ao Objetivo 1

1. Observe a figura que segue:



Figura 14.2: Hotel-fazenda em Esmeraldas – MG.

Fonte: https://www.google.com.br/search?q=agroturismo+no+brasil+gov&biw=1366&bih=667&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=6QM_VKHEM8fJgwTZsYHQBg&ved=0CAYQ_AUoAQ#tbn=isch&q=hoteis+fazenda+no+brasil+gov&facrc=_&imgdii=_&imgrc=AtNnK89S6mhBwM%253A%3BhLTsND8NnVzL0M%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.esmeraldas.mg.gov.br%252Farquivos%252Fempresas%252F345003%252Fpanoramica.JPG%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.esmeraldas.mg.gov.br%252Fhospedagem%3B877%3B582

Faça uma análise do modelo de turismo praticado, segundo a imagem apresentada.

Resposta Comentada

O modelo de turismo apresentado sugere uma separação, um não diálogo, entre o espaço turístico apresentado, exemplificado a partir da imagem do resort, com o lugar onde ele está localizado. Esse modelo de turismo não avança no sentido de melhorar as condições de vida do lugar onde o turismo se realiza. Antes, tende a agravar as desigualdades já existentes. Isso porque estas existem, a despeito do lugar onde está localizado, obedecendo à homogeneização do modelo hegemônico consolidado e conhecido como sol e mar.

Turismo rural: conceitos

A grande questão em estudos relacionados ao turismo rural é a diversidade de suas definições e conceitos encontrados na literatura sobre o tema. Sobre isso, Olga Tulik afirma:

a avaliação existente sobre turismo rural mostra grande riqueza de termos, expressões e conceitos que variam conforme a realidade de cada país e expressam diferentes maneiras de aproveitar os recursos do espaço rural e os programas e ações empreendidos nessa área (1997, p.137).

O resultado dessa diversidade nas definições acerca do turismo rural subdivide o tema em outras modalidades, quais sejam: ecoturismo, turismo verde, turismo cultural, turismo esportivo, turismo de aventura, turismo de habitação, agroturismo. Para alguns autores, o turismo rural engloba as modalidades citadas de tal maneira que elas não se excluem e se complementam, considerando mais apropriado referir-se à totalidade dos movimentos turísticos que se desenvolvem no meio rural com a expressão turismo no espaço rural ou em áreas rurais.

Anderson Portugal (1999), mencionando os países europeus em que os programas de fomento ao turismo rural se acham mais desenvolvidos, relaciona as diferentes concepções sobre o que se deve entender por espaço rural à definição do turismo rural, uma vez que a definição do turismo rural nessas lo-

calidades depende do esclarecimento do que é considerada área rural. Sobre esta questão, Portuguese esclarece:

a Itália e a França costumam definir como espaço rural as zonas com pequenos núcleos de população, onde se verifica certa tendência de contraposição entre os espaços rural e o citadino. Na Itália, inclui-se as áreas de montanhas como parte do ambiente rural, e na Grã-Bretanha e Irlanda, o campo é visto como antônimo de cidade, com um fato em particular: todas as aglomerações humanas são vistas como cidades, independente do tamanho e/ou de sua população absoluta. Por fim, na Grécia e em Portugal define-se campo como sinônimo de áreas com vocação para as atividades agrárias (1999, p. 73).

O que é comum na definição do espaço rural nestes países, a despeito das paisagens e aglomerações humanas, é a diferença entre urbanização e espaços verdes.

Esta diferença entre os centros urbanos e espaços verdes define algumas das motivações de deslocamento dos cidadãos para os espaços rurais, mencionadas por Rodrigues (2000), como se a mudança de ambiente permitisse a recuperação de energias perdidas; a proximidade do contato com a natureza; a busca por um lugar não massificado, tranquilo, considerado autêntico e natural, para mencionar algumas.

A autora segue dizendo que o ecoturismo e o turismo rural nascem nesse contexto mítico como produtos para serem comercializados, atingindo resultados surpreendentes. São atividades que correspondem, concomitantemente, a fortes movimentos de modernidade, associados à grande mobilidade espacial, vinculadas à sofisticação dos meios de transporte e de comunicação. Segundo Rodrigues,

os produtos oferecidos pelo ecoturismo e turismo rural propõem conciliar a brevidade do tempo passado com a força que traz o contato com a natureza, mantida na sua integridade, via riqueza de reencontros com sociedades qualificadas de autênticas. Assim, os espaços naturais

suscetíveis de compensar as dificuldades da vida urbana constituem palcos de aventura, uma verdadeira *mise-en-scène*, parceiros de confronto e de verdade (2000, p. 116).

Para Rodrigues (2000), as motivações supracitadas se aplicam aos países europeus e são válidas para o ecoturismo e para o turismo rural, uma vez que, no território europeu, os espaços considerados naturais são reduzidos numericamente e em superfície ocupada. Contudo, a autora considera que, nesses lugares, está presente uma rica memória coletiva na vida das aldeias, cujo patrimônio histórico constitui importante recurso turístico, objeto de vultosos projetos turísticos, em diversos países de tradição rural. Assim, a riqueza cultural e a diversidade nas definições dos espaços rural e urbano geram uma certa confusão para adequação de conceitos e de políticas de turismo rural, ambiental e/ou ecológicos.

Sobre as contradições dos termos ecoturismo e turismo rural, Rodrigues ressalta que

até pouco tempo atrás o termo ecoturismo era praticamente desconhecido, ao passo que o turismo rural, em virtude de sua complexidade, pelas diversas modalidades exploradas, serve a expressões mais genéricas, compreendendo qualquer atividade turística praticada em áreas não urbanas, tais como agroturismo, ecoturismo, turismo esportivo, turismo de aventura e turismo cultural (2000, p. 119).

Atualmente, as dificuldades de definição das áreas urbana e rural se ampliam à medida que as áreas verdes nas cidades são cada vez mais valorizadas e os campos mais urbanizados. As contradições se estendem até os conceitos turísticos, uma vez que estes conceitos estão vinculados às definições do urbano e rural. Para alguns autores, o critério diferenciador do turismo rural está baseado no elemento-chave que compõe esta oferta turística caracterizada pela presença da cultura rural. A partir daí, aplicam-se denominações específicas, como agroturismo, turismo verde, etc. Outro elemento diferenciador está na distribui-

ção dos rendimentos gerados por esta atividade, recebidos pela comunidade local ou pelos agricultores. Tavalera define como turismo rural

o uso ou o aproveitamento turístico do entorno não urbano, atendendo-se às premissas do desenvolvimento sustentável: gerar efeitos eminentemente positivos (conservação do patrimônio, proteção do meio etc), ter lugar em áreas “não invadidas”, incluir os habitantes locais como atores culturais, ser minoritário e promover, por meio de encontros espontâneos e da participação, o contato cultural (2000, p. 155).

A literatura sobre o tema (SILVA ET AL., 2000) indica que a maioria das atividades que se apresentam como produtos turísticos do meio rural correspondem simplesmente a práticas de ócio dos cidadãos, desenvolvidas fora das cidades, em espaços abertos, cujo meio rural serve apenas como base física. Nesse âmbito, o espaço torna-se neutro para o consumo turístico que poderia se desenvolver a partir de outras modalidades, por exemplo, festas recreativas, competições esportivas, etc. Para os autores supracitados,

a terminologia turismo rural deve ser usada apenas quando o turista efetivamente se hospeda no meio rural e participa, de forma lúdica, dos trabalhos realizados na fazenda ou no sítio. Outros, quando o turista visita fazendas e sítios, passa o dia se entretendo, fazendo cursos em unidades agrícolas ou compras de alimentos e artesanato típicos (2000, p. 18).

No que diz respeito ao agroturismo, Portuguez o entende

como a modalidade de turismo em espaço rural praticado dentro das propriedades, de modo que o turista e/ou o excursionista entra, mesmo que por curto período de tempo, em contato com a atmosfera da vida na fazenda, integrando-se de alguma forma aos hábitos locais (1999, p. 77).

O autor acha necessário distinguir agroturismo de turismo ambiental em espaço rural, uma vez que se pode fazer turismo de aventura em espaço rural sem, contudo, adentrar no interior de uma propriedade. Já o ecoturismo, por sua vez, Rodrigues (2000) alega ser bastante duvidoso limitar a atividade como sendo aquela praticada em áreas de conservação, uma vez que nessas áreas estão superpostas atividades urbanas, atividades rurais, propriedades particulares, áreas do Estado – terras devolutas ou desapropriadas, etc.

Silva et al. encerram o debate sobre as definições do turismo rural e suas variações, utilizando a expressão *turismo em áreas rurais*

para englobar não só aquelas atividades de serviços não agrícolas, tradicionalmente denominadas turismo rural ou agroturismo [...] como também as de lazer realizadas no meio rural, denominadas de turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de negócios e turismo de saúde. Essa distinção é importante, porque, em geral, as atividades ligadas a outras modalidades de turismo que não o agroturismo – como spa rural, os centros de convenções no campo, os treinamentos de executivos e os parques naturais para atividades esportivas, além do ecoturismo – são realizadas em determinadas regiões que, por sua condição própria, possuem atrações, despertando o interesse e a curiosidade das pessoas. Ou seja, são atividades não agrícolas localizadas do ponto de vista estritamente geográfico em zonas rurais, mas externas às propriedades agropecuárias da região onde se instalam, que nada têm a ver com suas rotinas cotidianas, constituindo-se num mundo à parte e, às vezes, num verdadeiro enclave (2000, p. 19).



Para o caso brasileiro, destaca-se a definição de turismo rural feita pela Embratur no Manual Operacional de Turismo Rural, de 1994:

adotar um conceito múltiplo, um turismo diferente, turismo interior, turismo doméstico, turismo integrado, turismo endógeno, alternativo, agroturismo, turismo verde. O turismo rural inclui todas essas variedades. É o turismo do país, um turismo concebido por e com os habitantes desse país, um turismo que respeita a sua identidade, um turismo de zona rural em todas as suas formas (2000, p. 18).

Há problemas nas afirmativas feitas pela Embratur, pois a impressão que passa é a de que o Brasil é um país estritamente rural.

A exemplo dos *resorts* em áreas litorâneas, considerados verdadeiras bolhas capazes de reproduzir espaços e alienar o turista do entorno onde estão localizados, as atividades turísticas em espaços rurais ligadas aos hotéis de lazer, eventos e negócios, corre-se o risco de produzir no espaço rural as mesmas implicações que os *resorts* causam nas áreas litorâneas.

Essas atividades em áreas rurais, quando excluem as propriedades agrícolas da pluriatividade da oferta turística, se confrontam com os princípios do turismo rural e, mais especificamente, do agroturismo e de seus objetivos de desenvolver essas áreas econômica e socialmente, envolvendo redistribuição equilibrada da riqueza e, sobretudo, melhores condições de vida e das expectativas dos grupos sociais menos favorecidos.

Resposta Comentada

O agroturismo é considerado a modalidade de turismo rural que associa a vivência do cotidiano agrícola ao lazer, à visitação e à valorização do meio ambiente. Deve ser considerada como a modalidade de turismo em espaço rural praticado dentro das propriedades, de modo que o turista e/ou o visitante entre, mesmo que em curto espaço de tempo, em contato com a atmosfera da vida no campo, integrando-se de alguma forma aos hábitos locais.

Conclusão

Desta aula, podemos concluir que existem inúmeras atividades turísticas que se desenvolvem no espaço rural, dentre elas, o ecoturismo. Mas o agroturismo é considerado a mais importante, pois pode contribuir de maneira mais efetiva para o desenvolvimento do espaço rural, na medida em que incorpora as atividades agrícolas à prática turística, sem promover uma total descaracterização do campo, a fim de inserir, neste espaço, novas atividades econômicas.

No entanto, o agroturismo também possui suas contradições. Antes de mais nada, é preciso distingui-lo de turismo ambiental em espaço rural, uma vez que se pode fazer turismo de aventura em espaço rural sem, contudo, adentrar uma propriedade. O turismo rural possui muitas variações, mas o agroturismo é considerado a mais importante delas, devido ao seu caráter de integração entre as atividades tradicionais cotidianas e a visitação turística.

As contradições relacionadas ao turismo rural fazem referência às atividades turísticas em espaços rurais ligadas a atividades que, em princípio, não têm origem no campo, como os

Resumo

O agroturismo se apresenta como atividade possível para o desenvolvimento do espaço rural, levando em consideração suas especificidades teórico-práticas e as atividades que se desenvolvem no espaço rural em oposição ao espaço urbano, bem como suas contradições. No campo, podem ser realizadas inúmeras atividades turísticas, como o ecoturismo ou o turismo rural ambiental, mas o agroturismo se diferencia por produzir uma maior integração do visitante com a rotina das atividades cotidianas ligadas ao espaço rural. Considera-se que o uso turístico do entorno não urbano, atendendo-se às premissas de um desenvolvimento equilibrado e equitativo social, ambientalmente, pode gerar efeitos muito positivos, como a conservação do patrimônio e a proteção ao meio, além de promover as trocas culturais entre campo e cidade.

Projetos Turísticos

Referências

Aula 8

BISSOLI, M. A. R. Projetos turísticos. In: ANSARAH, M. G. R. (Org.) *Turismo: como aprender, como ensinar*. v. 2. São Paulo: Senac, 2000. p. 167-202.

CAMPOS, A. E. M.; ABEGÃO, L. H.; DELAMARO, M. C. *O planejamento de Projetos Sociais: dicas, técnicas e metodologias*. – Oficina Social, Centro de Tecnologia, Trabalho e Cidadania. Rio de Janeiro: COEP, 2002.

CAPACITAÇÃO em Gerenciamento de Projetos. Mais E-duc. [Curso] Brasília: Mais E-duc. jul. 2012.

ELABORAÇÃO de Projetos Turísticos. Portal Educação. [Curso]. Campo Grande: Portal Educação, jun. 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes>. Acesso em: 2 ago. 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/qualificacao_equipamentos/Benchmarking_Turismo.html>. Acesso em: 5 ago. 2012.

PMI – PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. Disponível em: <<http://www.pmis.org.br>>. Acesso em: 16 ago. 2011.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria do Meio Ambiente. Coordenadoria de Planejamento Ambiental Estratégico e Educação Ambiental. *Manual para elaboração, administração e avaliação de projetos socioambientais* / Secretaria de Estado do Meio Ambiente, Coordenadoria de Planejamento Ambiental Estratégico e Educação Ambiental. São Paulo: SMA/CPLEA, 2005.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. Disponível em: <http://www.stj.gov.br/portal_stj/publicacao/download.wsp?tmp.arquivo=662>. Acesso em: 28 ago. 2011.

Aula 9

CHAUÍ, M. *O que é ideologia*. São Paulo: Brasiliense, 1980. (Coleção Primeiros Passos).

CRUZ, R. C. A. Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço. In: LEMOS, A. I.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. *América Latina: cidade, campo e turismo*. São Paulo: Universidade de São Paulo; Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2006. p. 337-350

_____. Políticas públicas de turismo no Brasil: território usado, território negligenciado. *Geosul*, Florianópolis, v. 20, n. 40, p. 27-43, 2005.

Aula 10

BRASIL. Ministério do Turismo. *Plano Nacional do Turismo*: diretrizes, metas e programas, 2003-2007. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

_____. _____. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo – *Roteiros do Brasil*: ação municipal para a regionalização do Turismo. Brasília: Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização, 2007.

CARLOS, A. F. A. Novas contradições do espaço. In: DAMIANI, A. L.; CARLOS, A. F. A.; SEABRA, O. (Org.). *O espaço no fim de século*: a nova raridade. São Paulo: Contexto, 1999. p.62-74.

CRUZ, R. C. A.; SANSOLO, D. Plano Nacional do Turismo: uma análise crítica. *Caderno Virtual de Turismo*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 4, p. 1-6, 2003.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. *Retratos de uma caminhada*: PNMT 8 anos. Brasília: Embratur, 2002.

HARVEY, D. Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio. *Espaço & Debates*, São Paulo, ano XVI, n. 39, p. 48-64, 1996.

RODRIGUES, A. A. B. *Turismo e geografia*: reflexões teóricas e enfoques regionais. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. *O Brasil*: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.

TRENTIN, F.; FRATUCCI, A. C. Política Nacional de Turismo no Brasil: da Municipalização à Regionalização. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM & MANAGEMENT STUDIES. *Book of Proceedings...* v. I. Algarve, International Conference on Tourism & Management Studies, 2011. p. 839-848.

Aula 11

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. Programa Nacional de Municipalização do Turismo. *Manual de Municipalização do Turismo*. 2. ed. Taguatinga Sul: Bárbara Bela, 2001.

_____. *Relatório de gestão*. Exercício 2001. Brasília: Embratur, 2002.

_____. *Relatório do Programa Nacional de Municipalização do Turismo*. Espírito Santo: Vitória, 2002.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. Ofício N.º Gepron – Suproe – Geprod. Brasília, 2002.

ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL. *Políticas públicas e o lugar do turismo*. Brasília: Ed. UnB, 2001.

IPES – Instituto de Apoio à Pesquisa e ao Desenvolvimento Jones dos Santos Neves. *Índice de Desenvolvimento Municipal do Espírito Santo, 2000*. Vitória: [S. n.], 2000.

_____. *Serviços de informações gerais sobre o Espírito Santo*. Apresenta mapas do Espírito Santo. Disponível em: <<http://www.ip.es.gov.br>>. Acesso em: 12 fev. 2003.

RODRIGUES, A. A. B. *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

SANTOS, T. B. B. *Turismo rural e sustentabilidade: o caso de municípios do Espírito Santo*. 2004. 102 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Ambiental)—Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2004.

Aula 12

BARBOSA, J. L. Paisagens da natureza, lugares da sociedade: a construção imaginária do Rio de Janeiro como Cidade Maravilhosa. *Revista Bibliográfica de Geografia y Ciências Sociales*, Barcelona, v. XV, n. 865, 25 mar. 2010. Disponível em: <http://www.stj.gov.br/portal_stj/publicacao/download.wsp?tmp.arquivo=662>. Acesso em: 6 set. 2016.

BARRETO, Margarita. *Turismo e legado cultural*. Campinas: Papyrus, 2000.

CASTRO, C. A natureza turística do Rio de Janeiro. In: BANDUCCI, Á.; BARRETTO, M. (Org.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas: Papyrus, 2001. p. 117-126.

CARLOS, A. F. A. *A (re)produção do espaço urbano*. v. 1. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

CORIOLOANO, L. N. M. T. *O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza*. São Paulo: Annablume, 2006.

CRUZ, M. C. V. O porto do Rio de Janeiro no século XIX: uma realidade de muitas faces. *Tempo*, Niterói, v. 4, n. 8 (Descobrimientos e Redescobrimientos do Brasil), p. 123-140, ago. 1999. Disponível em: <http://www.historia.uff.br/tempo/artigos_livres/artg8-7.pdf>. Acesso em: 6 set. 2016.

HARVEY, D. *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume, 2005. (Coleção Geografia e Adjacências).

SÁNCHEZ GARCIA, F. A reinvenção das cidades na virada de século. Agentes, estratégias e escalas de ação política. *Revista de Sociologia Política*, Curitiba, n. 16, p. 31-49, jun. 2001.

_____. Cultura e renovação urbana: a cidade-mercadoria no espaço global. In: LIMA, E. F. W.; MALEQUE, M. R. *Espaço e cidade: conceitos e leituras*. 2. ed. Rio de Janeiro: 7Letras, 2007. p. 25-41.

VAINER, C. Pátria, empresa e mercadoria. Notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano. In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 75-103.

Aula 13

BENI, M. C. *Política e planejamento de Turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph, 2006. (Série Turismo).

BRASIL. Grupo de Trabalho Interministerial Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo/Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal. *Diretrizes para uma política nacional do ecoturismo*. Brasília: Embratur, 1994.

_____. Ministério do Turismo. *Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas, 2003-2007*. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

CARLOS, A. F. A. *O lugar no/do mundo*. São Paulo: Hucitec, 1996.

CORRÊA, M. L.; PIMENTA, S. M.; ARNDT, J. R. L. (Org.). *Turismo, sustentabilidade e meio ambiente: contradições e convergências*. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

CRUZ, R. C. A. *Política de Turismo e Território*. São Paulo: Contexto, 2002. (Coleção Turismo).

_____. *Geografias do Turismo: de lugares a pseudo-lugares*. São Paulo: Roca, 2007. (Coleção Turismo).

KRIPPENDORF, J. *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LEFF, E. *Racionalidade ambiental: a reapropriação social da natureza*. Tradução Luís Carlos Cabral. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

_____. *Saber ambiental*. Petrópolis: Vozes, 2001.

MOESCH, M. M. *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto, 2000.

PIRES, P. S. *Dimensões do Ecoturismo*. São Paulo: Senac, 2002.

PORTO-GONÇALVES, C. W. A invenção de novas geografias: a natureza e o homem em novos paradigmas. In: SANTOS, M. et al. *Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento*

territorial. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. p. 375-409.

_____. *Os (des)caminhos do meio ambiente*. 11. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

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

SWARBROOKE, J. *Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental*. v. 1. São Paulo: Aleph, 2000.

URRY, J. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel; Sesc. 1996.

Aula 14

AUGÉ, M. *Não Lugares*. Lisboa: 90º, 2005.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. Programa Nacional de Municipalização do Turismo. *Manual de Municipalização do Turismo*. Relatório de gestão. Exercício 2001. Brasília: Embratur, 15 mar. 2002.

FARIA, V. Mudanças na composição do emprego e na estrutura de ocupações. In: BACHA, E. L. (Org.). *A transição incompleta: Brasil desde 1945*. v. 1. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986. p. 75-112.

KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, A. A. B. *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999. p.62-74.

PORTUGUEZ, A. P. *Agroturismo e desenvolvimento regional*. São Paulo: Hucitec, 1999.

RODRIGUES, A. B. Desafios para os estudiosos do turismo. In: RODRIGUES, A. A. B. *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999. p. 39-53.

_____. *Turismo, modernidade, globalização*. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. (Org.). *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1990.

_____. Turismo eco-rural: interfaces entre o ecoturismo e o turismo rural. In: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Campinas: Papirus, 2000. p.85-96.

RODRIGUES, A. M. A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental. In: YÁZIGI, E. et al. (Org.). *Turismo: espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec, 1999. p. 55-62.

RODRIGUES, A. M. *Moradia nas cidades brasileiras*. São Paulo: Contexto, 1997.

SANTOS, M. *Espaço e método*. São Paulo: Nobel, 1985.

SILVA, J. G.; VILARINHO, C.; DALE, P. J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Campinas: Papirus, 2000.

TAVALERA, A. S. O rural como produto turístico: algo de novo brilha sob o sol? In: SERRANO, C.; BRUHNS, T.; LUCHIARI, M. T. D. P. (Org.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. Campinas: Papirus, 2000. p.151-170.

TULIK, O. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). *Turismo e desenvolvimento local*. São Paulo: Hucitec, 1997. p. 136-143.

