

ANÁLISE CONJUNTURAL DO TURISMO – PONDERANDO SOBRE ALTERNATIVAS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Alexandre Braun de Vargas

Universidade de Caxias do Sul - UCS

A atividade turística é um importante meio para desenvolver a interação entre os povos e estabelecer diferenças culturais e sociais através de costumes, crenças e uma gama de elementos que apresentam inúmeras opções para lazer, viagem, aquisição de novos conhecimentos, além de desenvolvimento da atividade econômica, agregado ao despertar da consciência ambiental. Procuramos estabelecer algumas ponderações referente à economia do turismo e como são desenvolvidas as atividades considerando-se a perspectiva de sustentabilidade, competitividade e a integração entre os setores da economia.

A relação do turismo com o meio ambiente, partindo de uma abordagem crítica em função de necessidades e responsabilidades e, também considerando a valorização dos espaços enquanto meio para interagir e adquirir novos conhecimentos e experiências compensadoras, em contrapartida aos efeitos nocivos que podem ser causados quando da não observância do respeito aos limites impostos pela natureza, são alguns pontos que nos propomos a discutir, com ênfase nos fatores que podem ser disseminados por processos sensibilizatórios através da educação, tendo como principal objetivo os cuidados necessários em relação ao meio ambiente e o entorno das destinações turísticas.

A questão do planejamento é de suma importância dentro da proposta de atingir resultados concisos para a condução do processo de desenvolvimento através do turismo, considerando um bom sistema de informações, o auxílio da tecnologia e a importância das ferramentas da qualidade para identificar caminhos que estimulem ações conscientes na formatação de políticas auto-sustentáveis.

A qualidade certamente é um dos pressupostos para que as comunidades turísticas atinjam a maturidade no desenvolvimento de ações empreendedoras em relação aos seus valores e a melhoria da qualidade de vida. A comunicação, e aperfeiçoamento profissional fazem parte de um conjunto de ações que abordaremos como forma de demonstrar a viabilidade do turismo enquanto fenômeno socioeconômico e cultural.

TURISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

“A Economia do Turismo estuda a origem e a formação do valor turístico, assim como sua transformação em renda, mediada pela produção e pelo consumo, e a forma como esta se distribui, na sociedade”. Com esta afirmação do professor Leandro Lemos (2002, ‘ensaio’), damos início a uma série de ponderações as quais pretendemos neste trabalho discorrer, de forma a estabelecer uma crítica construtiva à cerca do valor da atividade turística dentro de um contexto de desenvolvimento sustentável.

Segundo Becker: “Competitividade, sustentabilidade e flexibilidade conformam três campos distintos e separados, mas complementares, que fundamentam e dão dinâmica ao processo de desenvolvimento contemporâneo” (2001, p.37). Consideramos importante antes de adentrar na economia do turismo propriamente dita, buscar o entendimento de como se movimenta a sociedade em torno dos ganhos econômicos. Becker apresenta o conceito de sustentabilidade: “compreendida como as múltiplas alternativas que cada localidade, região ou nação tem, pelas suas diferenças culturais e ambientais, de inserir-se no processo geral potencializando seus recursos” (2001, p.36). Concordamos com esta afirmação no momento que, por mais que tenhamos um mundo dito “globalizado”, sempre irão permanecer diferenças peculiares entre os povos e acreditamos, elas devem (ou deveriam) ser fundamentalmente respeitadas.

Para a autora Arlete Rodrigues:

Considerar a atividade turística como sustentável ou como integrante da possibilidade de desenvolvimento sustentável é apenas desviar os termos da questão sem analisar a complexidade de uma atividade econômica que tem por base o consumo de paisagens naturais ou a história passada. (apud apostila Margarita Barretto, 2002).

Os termos desenvolvimento e sustentabilidade são contraditórios entre si, pois para a autora o que está em questão nesta discussão “não é a capacidade humana de pensar, mas os lucros, e as divisas, obtidos pelas atividades econômicas presentes também no turismo” (apud apostila Margarita Barretto, 2002).

Na atualidade, o turismo é desenvolvido através da segmentação de mercado, explorando a capacidade dos seres humanos em criar espaços e necessidades (sejam físicos ou materiais) e fazer uso das facilidades oferecidas em termos de transporte, comunicação e marketing para abrir mercado para os mais diversos gostos, envolto ainda no advento da globalização. Com a segmentação começam a surgir novas oportunidades de mercado, visando à

exploração e os ganhos econômicos. Devido ao interesse das pessoas em viajar pelos mais diversos motivos, surgem ofertas para suprir tais necessidades, estimulando a criação de novos espaços turísticos, que passam a se apresentar como alternativas para a satisfação da demanda.

Segundo Vargas (2001, p.18).:

A atividade turística entrelaça os três setores da economia (primário, secundário, e terciário) e, quando direcionada com planejamento adequado, proporciona o desenvolvimento equilibrado da economia, concedendo à comunidade sustentabilidade e boa qualidade de vida .

Ao ressaltar esta citação, colocamos a infra-estrutura como aspecto fundamental diante de questões como saneamento, abastecimento de água, luz, comunicação, leitos, entre outros fatores. A qualidade também torna-se elemento chave, em nossa visão, para dar sustentação a economia das localidades turísticas no momento em que se estabelece o contato dos visitantes com a comunidade que os recebe.

Dentro do contexto da atividade turística, é grande o potencial de mercado a ser explorado visando atender a demanda dos mais variados públicos. E para ter a condição necessária que possibilite atender aos ensejos dos visitantes, passa a ser importante que as comunidades turísticas tenham noção daquilo que desejam apresentar, para quem apresentar e de que forma fazê-lo.

A RELAÇÃO DO TURISMO COM O MEIO AMBIENTE

É preciso estabelecer um vínculo estreito do turismo em relação à questão da responsabilidade ambiental. Certamente é um processo que vincula o *trade* turístico como um todo, pois considerando o amplo envolvimento de setores como a construção civil, alimentação e serviços, entre outras áreas afins, é possível observar, que a falta de comprometimento com o meio ambiente, faz com que as próprias condições econômicas passem a ser prejudicadas. Isto se deve, acreditamos, à falta de uma visão comum da importância da sustentabilidade e, além disso, sem a correta avaliação de um quesito muito importante para o turismo: a capacidade de carga.

A capacidade de carga, ou o número de turistas que os destinos conseguem atender sem comprometer a sua infra-estrutura (estacionamento, saneamento básico, energia elétrica, leitos de hotéis, entre outros), muitas vezes, tem a sua expansão baseada tão somente nas

necessidades de demanda, desconsiderando detalhes importantes como: constituição da fauna e da flora das localidades; a topografia dos terrenos; a necessidade de preservação de elementos naturais; e a preservação de elementos que constituem a cultura do lugar. Neste momento, adentramos na discussão de um aspecto que consideramos crucial ao desenvolvimento sustentável, tomando como base a educação ambiental e o processo de sensibilização: a conscientização.

Segundo a bióloga Zênia Heller, Educação Ambiental,

(...) é um processo permanente, no qual os indivíduos e a comunidade tomam consciência do seu meio ambiente e adquirem conhecimentos, valores, habilidades, experiências e determinação que os tornem aptos a agir e resolver problemas ambientais, presentes e futuros (2002, 'polígrafo').

Segundo Morin, “a consciência, é a emergência última da qualidade do sujeito. É uma emergência reflexiva, que permite o retorno da mente a si mesma, em circuito” (2000, p.126). Seguindo nesta concepção, buscamos introduzir um aspecto muito importante para o atingimento de uma consciência ambiental: a sensibilização.

O processo de sensibilização é, no nosso entender, um mecanismo que estando estruturado de forma planejada através de ações efetivas de indivíduos e organizações (governamentais e/ou não governamentais) poderá oferecer alternativas viáveis no sentido de resgatar valores culturais e ambientais que levem as pessoas, por sua conta, a formatarem uma consciência que transforme em ações e atitudes práticas tudo àquilo que possa trazer melhorias ao meio ambiente em que vivemos. Isto significa que o trabalho desenvolvido na educação tem a tarefa de incutir aos cidadãos a visão multidisciplinar que norteia a atividade turística, nos aspectos ligados à hospitalidade, cultura e preservação do meio ambiente, pilares importantes para dar sustentação às ações empreendedoras que serão geradoras de desenvolvimento.

A IMPLANTAÇÃO DE PROJETOS AMBIENTAIS – UM CASO PRÁTICO

A seguir faremos a descrição de um caso prático, ocorrido na Região das Hortênsias envolvendo a participação ativa da comunidade turística em relação à melhoria da qualidade ambiental: Campanha de Coleta Seletiva de Óleos Vegetais.

As circunstâncias que deram origem ao projeto se devem ao fato de a região possuir um número superior a 200 (duzentos) estabelecimentos entre hotéis, bares e restaurantes (segundo informações do Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares da Região das Hortênsias – SHRBS-RH) e da constatação de que não havia uma destinação e tratamento adequado aos resíduos de gorduras utilizados pelos estabelecimentos no preparo dos alimentos.

Constatada a necessidade, as entidades formaram um comitê, com a incumbência de formatar um projeto, levantando quais as ações necessárias para equacionar o problema já identificado, ou seja, o destino para os resíduos de gorduras gerados por óleos vegetais nos estabelecimentos gastronômicos da Região das Hortênsias. E mais do que isso: era consenso no comitê, que o trabalho fosse realizado dentro de um sistema “ecologicamente correto”, significando ser necessário não apenas “remover” o problema de lugar, mas a realização de um trabalho de reciclagem capaz de oferecer benefícios ao meio ambiente.

Encontros foram realizados com empresa recicladora, com o intuito de conciliar interesses econômicos e ambientais. Destes encontros resultou a elaboração do Termo de Compromisso Ambiental, o qual dispunha sobre os deveres das partes em relação à forma de coleta, destinação e monitoramento dos resíduos coletados.

A etapa posterior consistiu em reunir as empresas recicladoras e os estabelecimentos comerciais e fazer a exposição do projeto, dando início também ao cadastramento. Atualmente a iniciativa conta com cerca de 60 (sessenta) empresas cadastradas e cerca de 8 toneladas de resíduos coletados. Tal número é considerado satisfatório pelo comitê de gerenciamento do projeto, na medida que, pouco a pouco, novas empresas, tem se cadastrado, colaborando, portanto com o objetivo ambiental. Acreditamos que este exemplo, em se tornando efetivo, possa agregar uma imagem de destino “ecologicamente correto”, transformando-se em diferencial competitivo para a imagem região.

É preciso haver uma visão ampla por parte da sociedade, que lembre do passado, olhe para o presente, considerando àquilo que não mais pode ser recuperado, e por isso mesmo, agir com firmeza em defesa do meio ambiente para que as futuras gerações possam usufruir tanto dos benefícios da natureza, quanto das descobertas e utilidades tecnológicas e científicas dentro de uma gestão auto-sustentável dos recursos disponíveis.

PLANEJAMENTO E IMAGEM EM DESTINOS TURÍSTICOS

De acordo com Estol e Albuquerque, entende-se o planejamento como:

Um processo que consiste em determinar os objetivos do trabalho, ordenar os recursos materiais e humanos disponíveis, determinar os métodos e as técnicas aplicáveis, estabelecer as formas de organização e expor com precisão todas as especificações necessárias para que a conduta da pessoa ou do grupo de pessoas que atuarão na execução dos trabalhos seja racionalmente direcionada para alcançar os resultados pretendidos (*apud* Ruschmann, 2001, p.84).

Considerando a viabilidade de um planejamento em determinado destino turístico, torna-se consideravelmente importante proceder a análises e avaliações constantes sobre os objetivos do planejamento, para mensurar o alcance das metas propostas e estabelecidas. Torna-se perceptível que as ações empreendedoras da iniciativa privada, vêm acompanhadas de investimentos públicos, como financiamento para a criação de pontos turísticos artificiais, e criação de vários eventos culturais, como festivais e concursos, por exemplo.

Salientamos nesta etapa do trabalho, o que consideramos de suma importância para o desenvolvimento do planejamento em turismo: a sensibilização.

O processo sensibilizador requer, acreditamos, o estabelecimento de discussão e ponderações, seguindo sempre uma linha pragmática, dirigida a ações concretas e efetivas que demonstrem resultados visíveis e mensuráveis dentro das diretrizes daquilo que foi planejado. É um bom sistema educativo, onde a população possua instruções baseadas em um processo de valorização de suas características peculiares, exaltando seus valores, sabendo respeitar e conviver em harmonia com outras culturas e costumes diferentes dos seus, poderá em nossa visão, ser um meio concreto de mensurar resultados, com base em ações concretas.

A Construção da Imagem na Divulgação de um destino

A imagem no turismo deve conter em si uma realidade, ou seja, deve haver uma coerência entre aquilo que se mostra e o que pode ser comprovado *in loco*. Mas a imagem, segundo a professora Suzana Gastal, deve ir além disso, devendo instigar o imaginário, fazendo com que o turista transcenda a simples exposição da imagem e estabeleça uma conexão com

seus desejos, ter experiências inéditas e compensadoras, adquirindo conhecimentos e compartilhando emoções.

A abordagem em torno de imagem e imaginário frutifica e enriquece a percepção do conceito de turismo ao mesmo tempo que apresenta as ferramentas de marketing como fundamentais para o trabalho de qualidade nesta área. Reforçamos aqui, no entanto, um fator que consideramos essencial para o desenvolvimento no turismo: a sensibilidade. Sensibilidade em perceber as transformações em nosso mundo globalizado e agir em favor do benefício comum, transformando o turismo em uma porta para promover a integração entre os povos.

É preciso haver uma sinergia e troca de informações constantes entre o trade turístico como um todo, no sentido de planejar e executar ações com objetivos comuns, possibilitando que os próprios turistas sejam os maiores divulgadores destes destinos, considerando a infraestrutura necessária, tanto física, quanto de relacionamento, possibilitando a movimentação de um fluxo contínuo de visitantes e a conseqüente satisfação das partes envolvidas no processo, ou seja, visitantes e comunidade empreendedora.

A IMPORTÂNCIA DA QUALIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL EM COMUNIDADES TURÍSTICAS

O turismo seja ele tradicional ou segmentado, exige da comunidade o constante monitoramento das atividades, baseado em uma política de qualidade em que esteja intrínseca a manutenção de valores como a hospitalidade e belezas naturais, tendo como objetivos, envolver o turista em uma rede de relacionamento que tenha como resultado a excelência em produtos e serviços, e por outro lado, possibilitar melhorias sociais, econômicas e ambientais ao conjunto da sociedade.

Pode-se considerar que o sucesso do empreendimento turístico deva ser precedido de um planejamento com visão de longo prazo, que contemple infra-estrutura, qualidade em serviços, política de preços justa e eventos atrativos, mas é preciso salientar que o processo de conscientização turística é base para que tenhamos um receptivo preparado para interagir com as mudanças que ocorrem em nossa sociedade. A todo o momento surgem novas tendências e concepções, sendo que, através de técnicas educativas, sob a forma de conhecimento e sua correta aplicação, poderá se possível superar a concorrência,

aumentando e qualificando o número de turistas. E para que ações qualitativas sejam desenvolvidas com êxito, aspectos como profissionalismo, tecnologia, sensibilidade e percepção, além do processo de informação, apresentam-se como ferramentas importantes no auxílio às comunidades turísticas, podendo contribuir como base para políticas de planejamento que desenvolvam potencialidades, transformando-as em ações efetivas e harmônicas com o objetivo maior de alcançar o desenvolvimento sustentável.

O processo de qualidade demonstra por sua característica de busca incessante pela melhoria contínua, que não basta trabalhar isoladamente estratégias de marketing, gestão de pessoas, ou técnicas de produção e vendas, sem que exista uma concepção comum dos participantes do processo, em relação ao respeito e a valorização de um conjunto de fatores que contemple o bem estar da comunidade.

CONCLUSÃO

O turismo traz junto consigo, além de possibilidades concretas para alavancar o crescimento econômico, outro fator que procuramos levar em conta em nossa análise da conjuntura turística: o respeito à natureza. No momento em que pesados investimentos passam a fazer parte do cotidiano de uma cidade turística sem medir e respeitar a capacidade de carga, o meio ambiente como um todo passa a ser afetado. Aspectos como saneamento e segurança, passam a sofrer sobrecarga e muitas vezes desviam o foco da comunidade, deturpando os valores culturais e a educação, fazendo com que devido à alteração desmedida no ambiente, as comunidades autóctones percam a sua identidade, desviando sua rota do desenvolvimento sustentável. Neste momento entramos em uma questão que consideramos primordial para o aperfeiçoamento da atividade turística: o planejamento.

Planejar significa discutir, agir, empreender ações envoltas na observância do meio que nos cerca, e através disso, impingir atitudes visualizando não somente o imediatismo de hoje, mas contemplando preocupação com o dia de amanhã, considerando aqueles que nos sucederão. Os exemplos que se apresentam sem o amparo de programas e projetos planejados, nos oferecem a comprovação de que não existe sucesso duradouro sem o auxílio de planejamento.

Ações educativas, através de campanhas de mobilização voltadas para sensibilização e conscientização da sociedade como um todo, como as descritas nesta monografia, nos fazem concluir sobre a importância da gestão integrada entre poder público e iniciativa privada para levar adiante propostas sustentáveis calcadas em objetivos concretos, que possam ser mensuráveis e usufruídos por toda a comunidade turística, seja qual for a sua esfera.

Acreditamos na atividade turística como disseminadora de cultura, como elemento de interação global, no desenvolvimento do comércio, na elevação da renda em função de sua pluralidade profissional e conseqüentes oportunidades, nas ofertas de lazer e recreação e mesmo enfim, como fonte para o alcance da sustentabilidade.

Tornar o turismo uma atividade sustentável, não nos parece certamente uma tarefa fácil de ser alcançada. Talvez o atendimento completo deste objetivo seja uma utopia. No entanto, cremos que a atividade turística seja promissora e temos a convicção de que oferece as ferramentas para o crescimento social e econômico, sendo necessário para atingir o bem estar das comunidades que optarem por esta magnífica atividade, agir de forma consciente e respeitadora dos limites impostos pela nossa Mãe Natureza.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org.). **Turismo Segmentação de Mercado**. São Paulo: Futura, 1999.
- BARRETTO, Margarita. **Planejamento e Organização em Turismo**. 6.ed. Campinas: Papirus, 1991.
- BECKER, Dinizar Fermiano (org.). **Desenvolvimento Sustentável – Necessidade e/ou Possibilidade?** Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2001.
- BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 5.Ed. São Paulo: SENAC, 2001.
- BIGNAMI, Rosana. **A Imagem do Brasil no Turismo – Construção, Desafios e Vantagem Competitiva**. São Paulo: Aleph, 2002.
- CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos; Gastal, Suzana (org.). **Turismo Urbano – Cidade, Sites de Excitação Turística**. Porto Alegre: Edição dos Autores, 1999.
- COBRA, Marcos. **Marketing de Turismo**. São Paulo: Cobra, 2001.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo, Transformando Idéias em Negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- GIL, Daniel de Camillis. **Marketing – Turismo de Eventos – Estratégias para Captação**. São Paulo: Hotéis do Brasil, 2003.
- IRVING, Marta de Azevedo; Azevedo, Júlia. **Turismo – O Desafio da Sustentabilidade**. Futura, 2002.

- LEMOS, Leandro de. **Valor Turístico: (Re) Definindo a Economia do Turismo**. Porto Alegre, 2002. 'Ensaio'.
- MASI, Domênico de. **Desenvolvimento Sem Trabalho**. Traduzido por Eugênio Deheinzeln. São Paulo: Esfera, 1999.
- MORIN, Edgar. **A Cabeça Bem Feita**. Traduzido por Eloá Jacobina. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing Turístico – Promovendo uma Atividade Sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.
- PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Consumo e Espaço – Turismo, Lazer e Outros Temas**. São Paulo: Rocca, 2001.
- RUSCHMANN, Doris. **Turismo e Planejamento Sustentável – A Proteção do Meio Ambiente**. 7.Ed. Campinas: Papirus, 2001.
- SWARBROOKE, John. **Turismo Sustentável – Turismo Cultural, Ecoturismo e Ética**. Traduzido por Saulo Krieger. São Paulo: Aleph, 2000. 5v.
- TEIXEIRA, Elder Lins. **Gestão da Qualidade em Destinos Turísticos**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoy. **Turismo e Qualidade: Tendências Contemporâneas** 2.Ed. Campinas: Papirus, 1996.
- TRIGUEIRO, Carlos Meira. **Marketing e Turismo – Como Planejar e Administrar o Marketing Turístico para uma Localidade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- TYLER, Duncan; GUERVIER, Yvonne; ROBERTSON, Martin (org.). **Gestão de Turismo Municipal – Teoria e Prática de Planejamento Turístico nos Centros Urbanos**. São Paulo: Futura, 2001.
- VARGAS, Alexandre Braun de. **Turismo de Eventos e Negócios – Uma Nova Realidade Econômica**. Taquara: Faccat, 2001.