

A RELAÇÃO DO TURISMO E O TERCEIRO SETOR – CONTRIBUIÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE DESTINAÇÕES TURÍSTICAS

*Marina WÖHLKE*¹
*Rafael Fachini MORATELLI*²

Resumo: Este trabalho vem apresentar algumas reflexões sobre o turismo, a ética, a responsabilidade social e o terceiro setor, num panorama geral da pós-modernidade. As abordagens reúnem idéias de alguns autores de artigos científicos e livros, que no decorrer do texto serão aprofundados. Com tantos casos de uso ou ausência da ética na vida pública e empresarial, esta vem sendo discutida, tanto na academia como na imprensa, pelos governos e sociedade. Cada vez mais a sociedade civil se une, tornando muito importante o enquadramento destes trabalhos desenvolvidos pelo Terceiro Setor no processo de gestão entre outros, do turismo, como forma de incentivo e reposicionamento de algumas comunidades receptoras neste espaço político e ambiental da sociedade pós-moderna, contribuindo para o processo de planejamento e gestão sustentável da atividade turística através de parcerias entre o poder público, privado, terceiro setor e a sociedade como um todo.

Palavras chaves: Turismo; ética; responsabilidade social; terceiro setor; desenvolvimento sustentável.

Introdução

A atividade turística tem-se mostrado como uma das principais causas do desenvolvimento de regiões, cidades, estados e países. Seu estudo na compreensão do fenômeno tem envolvido não somente os profissionais da área (turismólogos), como toda uma série de atores sociais que interferem no contexto.

Estes atores sociais evidenciam a interdisciplinaridade da atividade, uma vez que o turismo, não sendo uma ciência recebe contribuição de geógrafos, historiadores, sociólogos, arquitetos, agrônomos, economistas, cientistas políticos dentre inúmeros outros profissionais ou áreas do saber.

¹ Mestranda em Turismo e Hotelaria - Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. E-mail: marinaw@bol.com.br

² Mestrando em Turismo e Hotelaria - Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. E-mail: r_mora@ibest.com.br

Numa sociedade, os atores sociais antes referenciados compreendem o governo e seus representantes, todo o setor privado que participa direta ou indiretamente da atividade turística, o terceiro setor e a comunidade enquanto turistas ou os moradores de uma região ou espaço turístico. Nesta “órbita” abrangente onde o turismo se encontra, é preciso estabelecer regras de conduta que possam orientar harmoniosamente a relação de todos numa perspectiva ética.

A ética tratada neste trabalho é contextualizada na pós-modernidade, com as mudanças ocorridas no processo de globalização. Considerando o seu papel fundamental (da ética) nos meios administrativos de hoje, este trabalho discute a responsabilidade social, elemento base do desenvolvimento sustentável das sociedades.

Assim sendo, a maioria dos autores que descreve o processo evolutivo do terceiro setor evidencia a ausência de responsabilidade social por parte da gestão pública, o que, de certa forma transfere para os cidadãos, alguns problemas que não são de sua responsabilidade, mas que, se não forem considerados, vêm a prejudicar sua posição na sociedade.

Dentro deste viés, surge a partir da década de 70, no Brasil, o movimento de formação do terceiro setor, que hoje encabeça em diversas áreas, programas que contribuem para o desenvolvimento sustentável da sociedade.

Tratando do turismo e do seu planejamento nos espaços, o trabalho apresenta alguns projetos de relacionamento do terceiro setor e do turismo na região sul do Brasil, mais especificamente no Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

Metodologia

A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho, constitui-se em pesquisa com dados existentes – aquela “baseada em dados já presentes na situação em estudo e que o pesquisador faz aparecer...” (LAVILLE & DIONE, 1999, p.133). A pesquisa será bibliográfica a partir do levantamento de dados encontrados em artigos publicados em revistas científicas. Usar-se-á, também, material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos e no meio eletrônico.

Para a coleta de dados relativos de dois estudos de caso, utilizou-se também, a pesquisa documental, ao referenciar alguns casos que estão sendo desenvolvidos pela Universidade de Caxias do Sul e Universidade do Vale do Itajaí.

A Globalização

Para analisar a sociedade no seu processo histórico e desenvolver uma reflexão sobre a atualidade, é necessário considerar a globalização e seus efeitos na economia e nas organizações. Robbins (2002, p.6) afirma que as fronteiras nacionais estão se tornando cada vez mais insignificantes na definição das fronteiras dos negócios. Os avanços na tecnologia da comunicação e as reduções às barreiras comerciais entre as nações contribuíram para a criação de uma “aldeia” verdadeiramente global, como previa Mc Luhan.

A atividade turística vem sendo discutida, há anos, sobre diversos aspectos - sociais, econômicos e ecológicos e fenômenos como a globalização são completamente influenciados pela atividade que, a partir do final do século XX, tomou grande corpo justamente no que Trigo (1998, p. 12) afirma ser a “era pós-industrial”. É importante esclarecer os conceitos de “pós-industrial” e “pós-moderno”:

[...] trabalhando com os conceitos, para o nível econômico, a sociedade atual recebe o nome de pós-industrial, ao passo que, nos níveis culturais e filosóficos, essas sociedades são denominadas pós-modernas. (TRIGO, 1998, p. 44)

O que nos remete ao mundo pós-moderno melhor compreendido é o fato de conseguirmos evidenciar as mudanças de um capitalismo industrial para um “capitalismo de serviços”, alterando todo um vasto espaço na sociedade do trabalho, criando novos valores, quebrando paradigmas e fortalecendo a mudança constante.

Para o processo de gestão do turismo, é fundamental que este entendimento da mudança ocorrida na sociedade em função da globalização seja trabalhado, buscando-se alternativas que venham facilitar o crescimento da economia, a sustentabilidade dos ecossistemas e a preservação da cultura e história das localidades.

É preciso entender que sem o conhecimento dos paradigmas contemporâneos que balizam as grandes questões atuais, corre-se o risco de ficar apenas nos dogmatismos sociológicos obsoletos ou nas especulações pseudo-científicas e superficiais (TRIGO, 1998, p. 76).

O primeiro passo é entender a globalização e quais as suas principais características, que possam influenciar e serem influenciadas pelo turismo na atualidade. Segundo Soros (2003, p. 43), “globalização é o livre movimento de capitais e ao domínio crescente das economias nacionais pelos mercados financeiros globais e pelas corporações multinacionais”.

A globalização da economia, segundo Praxedes (2001, p.52), viabiliza a expansão do turismo que se assiste nos tempos atuais, mas, por sua vez, o aumento do fluxo turístico internacional tem contribuído para a difusão de uma ideologia favorável à mesma globalização, que tem deixado as culturas locais e as sociedades nacionais desarmadas frente aos interesses desta.

Manuel Castells (1942) em sua obra “A Sociedade em rede” analisa e de certa forma estabelece críticas à globalização e aos conceitos da sociedade pós-industrial, propondo novas maneiras de refletir nossos problemas atuais, como a negação entre homogeneização social (reflexos da globalização dos padrões de interação organizados em redes que ignoram fronteiras e nacionalidades) e diversidade cultural, as mudanças no mundo do trabalho, as conseqüências dos novos processos de gestão empresarial na inclusão e a exclusão social da mão-de-obra.

É importante destacar que as alterações que a globalização passou a provocar na economia do mundo e mais ainda nos destinos turísticos, aliadas às mudanças políticas no leste da Europa, ao declínio do marxismo como paradigma teórico e projeto de utopia social, à reestruturação das políticas neoliberais e ao processo de enfraquecimento das estruturas estatais -influenciaram uma crescente demanda de atores em movimentos sociais, na busca de melhores condições.

Se por um lado houve o fortalecimento das indústrias com o desenvolvimento da tecnologia, os processos logísticos se ampliaram e o crescimento da produção se deu de forma mais dinâmica, o setor de serviços sofreu com a substituição da mão de obra por meios mecanizados, com a padronização de alguns serviços, e, muitas vezes, com a descaracterização cultural.

Neste contexto da pós-modernidade e, mais especificamente, sob a esfera das alterações que a globalização provoca na sociedade, esta vem a cada dia modificando seus padrões éticos e estruturais.

A sociedade, seus padrões éticos e a responsabilidade social

A ética é uma reflexão sobre a conduta humana, um estudo que estabelece princípios em todos os discursos do homem na sociedade. Estas reflexões sempre buscam clareza e consistência nas bases e nos objetivos, nas normas e nos motivos, nos meios e nas conseqüências da ação adequada, principalmente nos grupos sociais, que estão repletos de valores, crenças e interesses.

Conceitualmente, tem-se ética como “a ciência que toma por objetivo imediato os juízos de apreciação sobre os atos qualificados como bons ou maus” (LALANDE, 1996, p.349). As questões éticas na maioria das vezes envolvem conflitos de interesses, ausência de honestidade e equidade, má comunicação e problemas de relacionamentos (quando em empresas). Ferrel (2001, p. 42) considera, neste sentido que:

A questão ética é um problema, situação ou oportunidade que exige que um indivíduo ou uma empresa se decidam entre vários cursos de ação que precisam ser avaliados como certos ou errados, éticos ou antiéticos. Geralmente, essas questões surgem por causa de conflitos entre filosofias morais e valores do indivíduo e os valores e atitudes das empresas em que ele trabalha e a sociedade em que ele vive.

É crescente o movimento pela ética e responsabilidade social das empresas. Multiplicam-se os eventos nacionais e internacionais com o objetivo de discutir conceitos, práticas e indicadores que possam efetivamente definir uma empresa como cidadã.

Diante do quadro de pobreza, dos sérios problemas em que se vive no Brasil, em termos de educação, saúde e emprego, além da violência e das ações que destroem o nosso ecossistema, é bastante salutar que as organizações assumam o seu papel social e contribuam eficazmente para o desenvolvimento sustentável e melhoria da qualidade de vida no planeta. E que através deste movimento e do exemplo dos seus líderes, estas ações possam contribuir para resgatar a ética no relacionamento humano e nos negócios.

No turismo, após muitos debates entre os grandes representantes de cada um dos segmentos, estabeleceu-se um código de ética para a atividade. O Código Mundial de Ética do Turismo (OMT, 1999) cria um marco de referência para o desenvolvimento responsável e sustentável do turismo mundial no novo milênio. O seu texto foi inspirado em numerosas declarações e códigos profissionais que o precederam, aos quais juntaram novas idéias que refletem a mudança da nossa sociedade nos finais do séc. XX.

Este código analisa a contribuição do turismo para a compreensão e o respeito mútuo entre homens e sociedades; apresenta o turismo como instrumento de desenvolvimento individual e coletivo; como fator de aproveitamento e enriquecimento do patrimônio cultural da humanidade; como atividade benéfica para os países e para as comunidades de destino, bem como apresenta o direito ao turismo, dos trabalhadores e dos empresários da “indústria turística” e as obrigações dos agentes do desenvolvimento turístico. Trata da questão da liberdade do deslocamento turístico, e do turismo como fator de desenvolvimento sustentável das regiões, o que insere a atividade no panorama da responsabilidade social dos seus envolvidos.

Responsabilidade social inclui um amplo leque de questões como as relações com a comunidade e funcionários, o desenvolvimento e responsabilidade pelos produtos, políticas de apoio às mulheres e às minorias e o não fazer negócios em países que abusam dos direitos humanos. Atualmente a sensibilidade para com o meio ambiente vem merecendo muita atenção. As empresas reavaliam seus métodos de embalagem, a reciclabilidade dos produtos, práticas de segurança ambiental e assim por diante (ROBBINS, 2002, p.9).

Hoje, a responsabilidade social é um dos quesitos mais importantes para o posicionamento social das empresas, instituições e profissionais no mercado. Ao participar de ações sociais, a organização, além de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, atua na dimensão social do desenvolvimento sustentável, melhorando a qualidade de vida de seu país, estado ou município.

Atualmente as empresas/instituições investem em favor da sociedade apoiando projetos sociais com maior frequência. Neste aspecto Friedman (1974 *apud* Alves, 2001, p.80) ressalta que

a única responsabilidade social da empresa consiste em utilizar seus recursos para maximizar o lucro em benefício dos acionistas, mantendo-se fiel ao que caracterizou como as 'regras do jogo', regras essas que se limitam a não fraudar os acionistas e credores e a respeitar as regras da concorrência leal.

Ainda trabalhando nesta reflexão, Martins (2001) afirma que o objetivo da empresa, seja ela qual for, é maximizar resultados. Uma empresa não é uma instituição de caridade, nem uma associação de amparo aos desempregados. Segundo o autor, uma empresa não é uma ONG. Diversos eventos, livros e publicações estão debatendo o tema “responsabilidade social” que, de fato, vem repensar o que está ocorrendo na sociedade.

As parcerias entre o setor público e privado fazem crescer muitas vezes ambas as partes, uma usufruindo maior estabilidade financeira por meio de patrocínios, e outra, através da “boa imagem”, aumentando a relação compra/lucros das empresas, adquirindo consumidores fiéis. No entanto, os reais objetivos das empresas não se devem limitar à estas preocupações de “imagem de boazinha”, uma vez que a responsabilidade social ultrapassa a simples e “mecânica” ajuda às carências da sociedade, devendo ser vivenciadas realmente todos os dias, em todas as ações. Responsabilidade social não deve ser estratégica de marketing.

Porém, no cenário destas empresas que se dedicam à “filantropia empresarial”, além das empresas com “responsabilidade social” na visão de Friedman, encontram-se as

fundações que financiam entidades e/ou programas filantrópicos, apoiando muitas vezes a sociedade civil organizada, sem necessariamente vincular sua imagem.

Ainda assim, quando se menciona a sociedade civil organizada, remetem-se a associações, cooperativas, organizações não governamentais, entre outras formas de união de pessoas com mesmos objetivos sociais, que vêm a formar o terceiro setor.

O terceiro setor

Toda esta discussão acerca da responsabilidade social faz refletir algumas necessidades da sociedade que em muitos casos, a gestão pública não consegue suprir.

Este primeiro setor, o estado (poder público), a partir do momento em que não conseguiu atingir alguns dos deveres que lhe cabia, abriu margem para que um novo segmento da sociedade se organizasse, em busca da gestão controlada de alguns processos para o benefício geral dos cidadãos, na esfera da saúde, educação, meio ambiente entre outras áreas de relevância. Este novo segmento vem a ser o terceiro setor, que por diversas circunstâncias nasceu e se desenvolveu no Brasil, inclusive no setor de turismo.

A revolução tecnológica veloz, a preocupação das ciências sociais com a produção de novas teorias com vistas às “agendas sociais”, as tendências reveladoras do futuro da sociedade e do planeta têm influenciado o Terceiro Setor, cujas organizações pertencentes atuam hoje mais pelos princípios de mercado, que somente pelos ideológicos.

O uso de canais não-governamentais torna-se sobremodo importante na ausência de governos com mentalidade reformista. Nesses casos, a assistência internacional tem condições de fomentar a sociedade aberta, mediante o fornecimento de valiosos contrapesos a governos dominantes e ineficientes. Mas o apoio ao setor público está imbuído de mentalidade reformista. Os governos democráticos devem estimular o uso de canais não-governamentais (SOROS, 2003, p.100).

O Terceiro Setor é uma expressão recente no Brasil, que traduzida do inglês “Third Sector”, faz parte do vocabulário sociológico corrente nos Estados Unidos. É constituído de organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas na ênfase da participação voluntária, num âmbito não governamental, dando continuidade às práticas tradicionais da caridade, da filantropia e do mecenato. A filosofia trabalhada é a de que, com a integração entre o primeiro setor, o segundo setor (empresas privadas) e as entidades sem fins lucrativos (o Terceiro Setor) é possível planejar e desenvolver atividades que minimizem os impactos negativos sobre a sociedade.

Assim sendo, autores como Fernandes (1994), Landim (2002), Montaña (2002) e Tachizawa (2002) refletem o processo evolutivo do terceiro setor evidenciando a ausência de uma responsabilidade social por parte da gestão pública, o que, de certa forma transfere para os cidadãos, alguns problemas que não são de sua responsabilidade, mas que, se não forem considerados, vêm a prejudicar sua posição na sociedade.

Caracterizando cada um dos setores no contexto da realidade turística brasileira, tem-se o primeiro representado pelo Ministério do Turismo, numa esfera nacional, (o que somente neste novo governo de 2003 se efetivou, podendo ser o turismo articulado de diversas maneiras numa esfera pública e política em termos federais); a Secretaria de Estado (de acordo com a realidade de cada estado brasileiro), os departamentos, diretorias, escritórios públicos ou comissões, nos níveis municipais. Para o segundo setor, enquadram-se as empresas privadas de fins lucrativos que contribuem direta ou indiretamente para o sistema de turismo.

O turismo no Brasil

No Brasil, o atual governo (gestão 2003 / 2007) considera que muito se tem falado dos desafios colocados a ele no campo do desenvolvimento econômico e da área social. A necessidade de criar empregos, gerar divisas para o país, de reduzir as desigualdades regionais e distribuir melhor a renda são questões que devem ser enfrentadas de imediato. A vocação natural do nosso país para o turismo deve ser transformada em fonte permanente de riqueza.

Porém, o turismo não se baseia em uma única atividade econômica, mas em um conjunto de atividades produtivas inseridas em diferentes setores, caracterizando-se por uma força impulsionadora do desenvolvimento mundial, gerando renda, emprego, tributos e divisas. Esta atividade apresenta-se em crescente evolução e, portanto deve ser pré-determinada por meio de uma análise minuciosa das tendências sócio-econômicas e de políticas de mínimo impacto ao ambiente, constantemente atualizados conforme as alterações do meio, para que as necessidades sejam mais bem gerenciadas, como apresenta Donaire (2000, p. 81)

As atividades turísticas também estão diretamente ligadas à questão ecológica porque o turismo feito de forma desordenada e além da capacidade de recepção de um local em determinado tempo, acaba se transformando num fator de poluição e de destruição não só do patrimônio natural existente, mas também do próprio patrimônio cultural da comunidade.

Em função do exposto acima, revela-se a importância em considerar os impactos que o processo da exploração turística dos recursos ambientais acarretará sobre o meio, buscando alternativas para atenuar ao máximo os prejuízos subsequentes, calculando a capacidade de absorção do ambiente para a atividade que se quer explorar.

O Brasil apresenta uma promissora expansão desta atividade que se centraliza na exploração de seus recursos naturais, como principal atração, acrescendo a isto, a dimensão territorial, a extensa faixa litorânea, a multiplicidade e a diversidade dos ecossistemas e a “tropicalidade” do clima, dentre outros fatores.

Por isso justifica-se o grande valor ao estímulo do desenvolvimento harmonioso e ordenado do turismo, pois se não houver um equilíbrio com o ambiente, a atividade turística comprometerá sua própria sobrevivência.

O novo Plano Nacional do Turismo (2003) apresenta-se como o elo entre os governos federal, estadual e municipal, as entidades não-governamentais, a iniciativa privada e a sociedade no seu todo. No entanto, o desenvolvimento da atividade turística no Brasil tem sofrido as consequências dos governos despreocupados com a manutenção da ordem econômica e social como consequência de uma política pouco direcionada à cidadania e a ética social.

Pela crescente tendência de um turismo regional e integrado e seguindo uma concepção de formação de “clusters”, pólos de turismo e “roteiros integrados”, há a formação de associações, conselhos integrados de turismo que se regulamentam através da Lei 9.790/99, mais conhecida como a “nova lei do Terceiro Setor”, que qualifica as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público / OSCIP e representa ainda um pequeno passo no estreitamento da relação entre o Estado e a Sociedade Civil no Brasil.

Esta lei apresenta em sua composição, doze objetivos que obrigatoriamente uma OSCIP deve alcançar, dentre eles destacando-se para o turismo: defesa, preservação e conservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável; promoção da cultura, defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico; promoção do desenvolvimento econômico e social e do combate à pobreza; promoção da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos, da democracia e de outros valores universais.

A partir destes objetivos, o turismo pode ser um dos focos de atuação de uma OSCIP, pois quando bem planejado, pode auxiliar o desenvolvimento de cada um desses quatro objetivos acima elencados.

O turismo desenvolvido através da integração da sociedade civil e de sua organização para um interesse público, ultrapassa alguns conceitos de gestão pública e pode garantir com

maior flexibilidade o aproveitamento da atividade numa distribuição equitativa de lucros e prejuízos que ele venha produzir numa localidade.

Turismo integrado

Há uma forte tendência dentro do planejamento turístico em organizar os espaços de uma maneira integrada, de forma a compor um produto completo e desenvolver um diferencial mercadológico. Entre os princípios que regem a nova orientação do turismo estão: a qualidade, a flexibilidade, o desenvolvimento integrado no entorno, atenção personalizada ao cliente e inovação. Para Acerenza (1991), o turismo é um fenômeno eminentemente social, que dá origem a várias atividades como transportes, alojamentos, alimentação e outros que geram uma série de efeitos econômicos, sociais, culturais e ecológicos sobre o ambiente. Nesta idéia, interpreta-se dos conceitos da administração, principalmente sob a análise da teoria de Michel Porter, a idéia do *cluster*. Segundo Beni (2002, p. 156)

cluster é um conjunto de atrativos com um destacado diferencial turístico, dotado de equipamentos e serviços de qualidade, com excelência gerencial, concentrado em um espaço geográfico delimitado. Apresenta-se aos distintos mercados consumidores de turismo como produto acabado, final, com tarifas diferenciadas na forma de *package tours* (pacotes) em alto nível de competitividade internacional.

Em Santa Catarina, alguns estudos vêm refletindo a possibilidade do desenvolvimento do turismo sob este enfoque. Conforme Lins (2000, p.68) num estudo sobre o processo de “clusterização” do produto turístico “Florianópolis”:

O turismo florianopolitano contém elementos que sustentam alguma associação com a idéia de cluster [...]. No entanto, transparece no estudo que a interdependência dos agentes, aspecto central de qualquer *cluster*, está longe de se mostrar virtuosa, apesar de algumas (poucas) iniciativas de índole coletiva. Ficou claro que em Florianópolis a interconexão opera em vários sentidos, inclusive naqueles em que comportamentos prejudiciais de alguns atores contribuem para depauperar a atratividade turística, representando fator de comprometimento da sustentabilidade do arranjo local relacionado ao turismo.

O processo de *clusterização*, desta forma, deve acontecer a partir do interesse de todos os participantes da atividade turística numa região, onde a sinergia possa comandar as ações mercadológicas deste núcleo receptor sem os “comportamentos prejudiciais” provenientes de uma cultura ultrapassada e repleta de paradigmas conforme Lins coloca.

Desta forma, torna-se claro a importância de se planejar os espaços nos quais pretende-se desenvolver a atividade turística, de uma maneira sustentável, como muito se fala hoje. Dias (2003, p.100) menciona que há uma necessidade de buscar um marco de qualidade ambiental para o turismo, dada sua estreita vinculação com o meio ambiente. O desenvolvimento da atividade turística sem um planejamento adequado, proporciona uma degradação no meio ambiente – não só o natural, como o social e o cultural – que implicará a diminuição dos benefícios iniciais obtidos e a diminuição da competitividade, que provocará a perda de visitantes para outras regiões.

Discussão do Referencial na Prática

Em Caxias do Sul (RS) está sendo desenvolvida uma proposta de “Projeto de Implantação do Cluster Turístico da Serra Gaúcha”, segundo informações dadas pela Universidade de Caxias do Sul – UCS, em Março de 2003. Esta, decidiu criar o Núcleo de Pesquisa em Turismo e Desenvolvimento Regional, tendo como seu primeiro e principal projeto a formação do cluster da Serra Gaúcha (Região da Uva e do Vinho; Região das Hortênsias e Região dos Aparatos da Serra) – e com este ato institucionalizar o âmbito da UCS. O referido projeto é um modelo regional e deverá provocar a ampla e contínua participação dos municípios integrantes do cluster, seus agentes públicos, privados, atores sociais, entidades da sociedade civil e associação de classe para, em conjunto, dar-lhe forma.

Dentre outros objetivos específicos deste projeto da UCS, consta o “elaborar Plano Integrado e Sustentável de Turismo”, na estratégia do desenvolvimento do cluster, observadas as perspectivas de institucionalizar um instrumento gestor misto, público e privado”. O que juridicamente poderá se consolidar numa OSCIP, a partir da participação de indivíduos advindos destas esferas, não representando instituições, mas as causas para o desenvolvimento da atividade turística.

Muitas vezes, o insucesso dos planos de gestão do turismo se dá pela descontinuidade política/partidária das gestões públicas e da visão extrema do lucro pela iniciativa privada.

Em Santa Catarina, a Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, através do Curso de Turismo e Hotelaria em seu campus de Balneário Camboriú, a partir de novembro de 2002 iniciou o processo de definição da “Agenda de Trabalhos para o turismo Integrado dos Municípios da AMFRI” – Associação dos Municípios da Foz do Rio Itajaí - composto pelos municípios de Balneário Camboriú, Bombinhas, Camboriú, Ilhota, Itapema, Luis Alves, Navegantes, Penha, Piçarras e Porto Belo – com o objetivo de reunir as lideranças públicas e

privadas, e os diversos segmentos da comunidade para iniciar os debates em torno desta questão.

Os objetivos definidos no primeiro encontro destas representações foram: a melhoria da qualidade de vida da população fixa, avaliada pelo incremento de renda e trabalho; o aumento da acessibilidade da população aos serviços e infra-estrutura; a sustentabilidade ambiental, sócio-cultural e econômica da atividade turística nos municípios da AMFRI e o incremento dos gastos médios dos turistas na região e elevação dos padrões de qualidade dos equipamentos e serviços de turismo.

A partir disto foram elaboradas análises do panorama regional do turismo, com o levantamento de pontos fortes e limitantes, oportunidades e ameaças. Dentro de uma metodologia criada como estratégica, criou-se o “Macroprograma de Desenvolvimento”, contemplando: Programa Sócio-cultural e ambiental; Qualificação dos Recursos Humanos; Programa de melhoria de equipamentos e serviços; Programa de economia e fomento e Programa de marketing e eventos.

Considerou-se, então, neste momento final de definição das macroestratégias, que a Agenda de Trabalhos para o turismo Integrado dos Municípios da AMFRI deveria se organizar socialmente para a continuidade do processo. Iniciou-se então o estudo da viabilidade para a criação de uma OSCIP para o desenvolvimento do turismo, o que atualmente, está sendo analisado.

Considerações Finais

A expansão do mercado turístico nacional, centrado principalmente em locais de grandes belezas e vastos recursos naturais de alta biodiversidade, tais como a Amazônia, o Pantanal, a Mata Atlântica e a Costa Litorânea tem trazido preocupações por colocar em risco áreas naturais, assim como importantes patrimônios históricos culturais.

Se o desenvolvimento sustentável pode ser conquistado a partir de um novo pensar sobre a ética desta sociedade e a responsabilidade social de cada cidadão, acredita-se que o processo tenha-se iniciado em algumas parcelas da sociedade brasileira que numa consciência maior tentam assegurar que o desenvolvimento do turismo seja compatível com a manutenção do processo ecológico essencial, a diversidade e os recursos biológicos, o gerenciamento responsável dos recursos energéticos, combinados com conceitos de eficiência são meios para alcançar a sustentabilidade em longo prazo.

Que o turismo aumente o controle das pessoas sobre as suas vidas e que seja compatível com a cultura e os valores morais do povo mantendo e fortalecendo a identidade das comunidades locais. Que o desenvolvimento da atividade turística seja economicamente eficaz e que os recursos sejam geridos de modo que possam atender as gerações futuras.

Torna-se muito importante o enquadramento destes trabalhos desenvolvidos pelo Terceiro Setor no processo de gestão do turismo, como forma de incentivo e reposicionamento de algumas comunidades receptoras neste espaço político e ambiental da sociedade pós-moderna, contribuindo para o processo de planejamento e gestão sustentável da atividade turística.

O terceiro setor, em parceria com as instituições de ensino, pode contribuir para a união da gestão pública com o setor privado, podendo encabeçar este processo inicial de fortalecimento e união em benefício da sociedade.

Referências:

- ACERENZA, M.A. **Administración del turismo**. VOL 1. México: Trilhas, 1991.
- ALVES, L. E. S. Governança e cidadania empresarial. **RAE – Revista de Administração de Empresas**: Escola de Administração de Empresas de São Paulo/ Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, v.41, n.4, out/dez 2001. Seção Economia, p.78-86
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 7.ed. São Paulo: SENAC, 2002.
- BRASIL**. Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas 2003-2007. Ministério do Turismo, Brasília, DF, 29 abr. 2003.
- DIAS, R. Turismo sustentável e meio ambiente. São Paulo: Atlas, 2003. DONAIRE, D. Considerações sobre a variável ecológica, as organizações e o turismo. *In*: LAGE, B.H.G ; MILONE, P.C (org). Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000. p.80-84.
- FERNANDES, R.C. **Privado, porém público – o terceiro setor na América Latina**. Rio de Janeiro: Relume Dumará (Civicus), 1994.
- FERREL, O. C; FRAEDRICH, J.; FERREL, L. **Ética empresarial**: dilemas, tomadas de decisões e casos.trad. Cecília Arruda. 4.ed. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.
- LALANDE, A. **Vocabulário técnico e crítico da filosofia**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- LANDIN, L. **Múltiplas identidades das ONGs**. In: HADDAD,S. (org.) ONGs e universidades – desafios para a cooperação na América Latina. São Paulo, Abong: Peirópolis, 2002. p.17-50.
- LAVILLE, C.; DIONE, J. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.
- LINS, H. N. Florianópolis, *cluster* turístico? **Turismo em análise**: Escola de Comunicação e Artes da USP. São Paulo, v.11, n.2, p.55 – 70, nov 2000.
- MARTINS, L. Empresa não é ong: os desafios da responsabilidade social das empresas. **GUIA RH**. [S.I.], [2003]. Disponível em: <<http://www.guiarh.com.br.htm>>. Acesso em: 15 abr.2003.
- PRAXEDES, W. Turismo e consumo na sociedade global. **Revista Turismo - dimensões e perspectivas**: Faculdade Nobel – v.1, n.1, dez.2001. Maringá, PR. Faculdade Nobel, 2001. Semestral. p.45-55.
- ROBBINS, S. Bem-vindo ao inconstante mundo do trabalho. In: **Administração, mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000. p.4-26.
- SOROS, G. **Globalização**. Introdução especial do autor para edição brasileira; trad. Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- TACHIZAWA, T. **Organizações não governamentais e o terceiro setor**: criação de ONGs e estratégias de atuação. São Paulo: Atlas, 2002.
- TOMELIN, C. A.; NOVAES, M.H.; BENI, M.C.; PELLIZZONI, L.R.C.;CABRAL,S.R. (Org.) Proposta de ações para o turismo regional. In: Comitê Integrado Pró Turismo Catarinense. 2002,

Balneário Camboriú. **Agenda de Trabalhos para o turismo Integrado dos Municípios da AMFRI.** Balneário Camboriú: Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, 2002.

TRIGO, L. G. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo.** 4.ed. Campinas, SP: Papyrus, 1998 (Coleção Turismo).